

El comerç a Barcelona

06

El comerç a Barcelona

06

Índex

Presentació	6
Síntesi	9
El sector terciari a Barcelona 2006	13
El Comerç	19
Ocupació	20
Facturació	22
Producte Interior Brut	24
Caracterització econòmica del comerç majorista	26
Els centres de cotització del comerç	34
Valoració qualitativa del comerç	41
Enquesta d'opinió sobre el comerç mitjançant l'Òmnibus Municipal	41
Enquesta sobre l'activitat del sector comercial de Barcelona	50
Enquesta sobre l'activitat del sector de la restauració	65
Any del Comerç Barcelona 2006	73
Promoció del comerç	89
El premi "Barcelona, la millor botiga del món"	89
La campanya de promoció del comerç	90
Web de comerç	91
Promoció del comerç als districtes	93
Mercats municipals	99
El comerç electrònic	108
Barcelona, ciutat de Compres internacional	115
Tendències i perspectives	126

**Jordi Hereu**

Alcalde de Barcelona

L'any 2006 va ser l'Any del Comerç, per iniciativa del sector i decisió de l'Ajuntament de Barcelona. Vam comptar també amb la complicitat de les entitats i agrupacions de comerciants de la ciutat. En conseqüència, durant dotze mesos es van fer, amb gran èxit de participació, tot un seguit d'actes i d'esdeveniments que responien a la voluntat de potenciar un model de comerç compromès amb la ciutat, compromès amb les persones: amb les necessitats quotidianes de les persones. Secundàriament, volíem fer palès l'interès de l'Ajuntament de Barcelona per aquesta activitat medul·lar de la ciutat.

Gran part de la vitalitat de Barcelona, tan evident quan caminem pel carrer, es deu a la presència estructural del comerç en la ciutat. És un element indestruïble del paisatge barceloní. I és un element estimulante, viu, que subratlla el dinamisme de la ciutat, la seva capacitat d'innovació, la vocació de ser un espai d'intercanvi, com de fet ho ha estat Barcelona des dels seus orígens. Hem dit intercanvi, però el comerç és més que això: és servei, és calidesa, és contacte humà; i és també, mirat amb la fredor de l'estadística, producció de riquesa i creació de llocs de treball. Així que no podem més que felicitar-nos per la vitalitat comercial de Barcelona.

La millor virtut del comerç barceloní és la capacitat per adaptar-se a la transformació permanent de la ciutat. No és una qualitat abstracta, sinó que l'hem d'atribuir a les persones que integren aquest món, persones amb diferents papers i amb diferents atribucions, però totes necessàries perquè la xarxa comercial funcioni tan bé com de fet funciona. L'activitat comercial és un puntal fonamental de l'economia barcelonina i, el que més important, de la qualitat de vida de les persones que hi viuen o que hi passen uns dies. I, en ser una activitat tan oberta, ha estat i és una excel·lent eina d'integració dels immigrants, en posar-los més a prop de la igualtat d'oportunitats que han vingut a cercar.

El nostre model de comerç té una estructura que endinsa les arrels profundament en cada un dels barris. Aquesta és la clau: el comerç, la botiga, l'eix comercial, com a element vertebrador del barri. Perquè és en aquests carrers plent d'oferta comercial on la gent passeja, on es troba, on té el punt de calidesa que li diu que és a casa seva, i a través d'aquests petits signes de reconeixement tenim la certesa que pertanyem a la ciutat, que formem part d'un esperit, d'un projecte col·lectiu. En aquest sentit, el comerç és un instrument actiu de la cohesió social.

Aquest informe ens ensenya un comerç dinàmic i equilibrat, amb una identitat marcada, que fa de Barcelona una de les ciutats europees més actives en aquest aspecte, cosa que contribueix a la nostra projecció internacional. Així que, com a alcalde de Barcelona, he de fer un reconeixement a la tasca realitzada per totes les persones que han fet possible aquests magnífics resultats. En l'Ajuntament de Barcelona, hi trobareu sempre tot el suport perquè el comerç de la ciutat continuï sent capdavanter, exemplar i fins i tot envejat.

**Jordi William Carnes**

Tinent d'alcalde d'Hisenda i
Promoció Econòmica

L'informe de l'evolució del comerç de Barcelona de l'any 2006, que recull les dades més significatives de l'activitat comercial a la ciutat, posa de manifest l'impuls que està prenent el comerç dins l'economia barcelonina.

Les dades sobre el creixement del comerç minorista reflecteixen aquesta fortalesa del sector a la nostra ciutat: l'any 2006 aquest creixement es va situar en el 9,6%, el més alt dels darrers cinc anys, i ha suposat una facturació total d'11.844 milions d'euros.

Barcelona, com a ciutat mediterrània, gaudeix d'un clima i un entorn social que han facilitat en gran manera la integració del comerç com un puntal fonamental en la vida dels barcelonins. En els carrers comercials dels nostres barris, hi trobem alguna cosa més que l'espai d'intercanvi comercial, hi trobem l'espai per relacionar-nos, passejar i gaudir de la nostra ciutat.

El comerç al llarg del temps ha afrontat els constants canvis que s'han anat produint en el mercat de productes i serveis i, el que és més important, ha donat resposta a les noves necessitats dels consumidors. L'èxit del treball d'adaptació del comerç queda reflectit en el resultat de les enquestes d'opinió fetes pel municipi, on els barcelonins atorguen una puntuació de notable al nostre comerç.

La sintonia existent entre el comerç i la ciutat ha quedat de manifest, una vegada més, en la resposta que s'ha donat per part de la ciutadania a la Declaració Institucional del 2006 com l'Any del Comerç a Barcelona. Els bons resultats obtinguts al llarg dels dotze mesos, amb un total de 357 actes i 1.442.350 persones assistents, han estat possibles gràcies a la participació activa dels comerciants que han fet seu el projecte i han posat la il·lusió i el treball necessari per fer realitat l'Any del Comerç a la nostra ciutat.

Finalment, vull agrair la feina feta des dels diferents àmbits d'actuació del sector comercial a les entitats, associacions i professionals del món del comerç, que amb el seu esforç diari fan possible que Barcelona gaudeixi d'un comerç de proximitat, viu, innovador i de qualitat.



SÍNTESI

Durant l'any 2006, el terciari ha generat més de 34.800 nous llocs de treball, consolidant-se com el sector amb un major potencial de creació d'ocupació a la ciutat.

L'any 2006, el comerç a la ciutat de Barcelona dóna ocupació a 171.058 persones, xifra que suposa un augment percentual del 3,5% respecte al 2005.

La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona el 2006 ha estat de 38.912 milions d'euros, gràcies a l'increment del 9,6% del sector minorista i d'un 3% del sector majorista.

El producte interior brut del comerç de Barcelona es va incrementar en un 4,8% i el sector aporta aproximadament el 15% del PIB dels serveis.

Catalunya, el 2005, té 47.049 locals comercials majoristes, que ocupen 230.272 treballadors i assoleixen un volum de negoci de 74 milions d'euros. El comerç a l'engròs aporta més de la meitat del volum de negoci, dels salaris i de la inversió en béns materials del sector comercial.

Barcelona té 18.458 centres de cotització a la Seguretat Social al sector del comerç, dels quals el 64,1% corresponen al sector minorista, i el 35,9%, al majorista.

El sector del comerç representa, l'any 2006, gairebé la quarta part dels centres de cotització a Barcelona (23,4%) i alhora la primera activitat econòmica de la ciutat. I pràcticament se situa al mateix nivell que a la regió metropolitana de Barcelona (amb el 23,5%) i quasi un punt per sobre del de Catalunya (22,6%).

El 14,8% de la població catalana ha comprat per Internet l'últim any; la població de 15 a 34 anys és la que més utilitza el comerç electrònic (52%), i un 48,3% del total dels compradors es troba en ciutats de més de 100.000 habitants i capitals de província.

Els barcelonins se senten satisfets quant a l'oferta comercial: el grau de satisfacció de les persones que compren és de 7,4 sobre 10.

El grau de satisfacció respecte dels horaris comercials obté l'any 2006 un 7,6 de mitjana, i els tipus d'establiment on millor se senten atesos els barcelonins són la botiga de barri i la botiga especialitzada, amb el 54,4%.

El 30,8% dels establiments ha iniciat el seu negoci des del 2000; el 45% ho ha fet en l'últim quart del segle XX, i el 21,1%, abans. Els establiments d'oci i cultura són els negocis més recents, mentre que els de l'alimentació són els que tenen més anys.

El 35,4% dels establiments entrevistats està associat. El 47,7% dels establiments que pertanyen a un eix comercial està associat.

L'any 2006, quant al règim de tinença dels locals, el 67% són llogats, el 18,2% són de propietat, i l'11,5% són parades de mercat en règim de concessió municipal. Hi ha la tendència des del 2002 a un augment del nombre de locals llogats i a una disminució dels locals de propietat. Quant al sector de la restauració, el règim de lloguer arriba al 80,9%.

El 75,2% dels responsables dels comerços entrevistats està molt/bastant o normalment satisfet de la marxa del seu negoci; i en el sector de la restauració el grau de satisfacció és del 73,1%.

El comerç barceloní ha desenvolupat un model comercial propi, el "model Barcelona", fomentant l'associacionisme i la internacionalització. Les associacions, gremis, empreses comercials i Ajuntament de Barcelona participen en aquest model hi han donat un nou impuls amb la realització de l'Any del Comerç.

El desenvolupament de les obres de remodelació del mercat de la Barceloneta ha centrat les actuacions de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB) durant el 2006. Però també l'inici de les obres del mercat de Sarrià i la construcció del mercat provisional de la Llibertat. El tercer any d'implantació del Pla d'actuació municipal (2004-2007) ha permès també iniciar els tràmits per construir el mercat provisional del Guinardó mentre es construeix el nou. A tot això, s'hi han de sumar les actuacions realitzades dins el pla de millores, més de seixanta, amb una inversió de més de 750.000 euros.

L'Institut Municipal de Mercats, amb un Pla de comunicació propi, planifica les accions de comunicació i promoció de la xarxa de mercats amb l'objectiu de promoure un més gran coneixement i ús dels mercats entre els ciutadans, posar en valor els seus actius i donar a conèixer la intervenció que l'Ajuntament de Barcelona hi porta a terme en matèria d'inversions, millores i promoció.

L'estudi encarregat per l'IMMB a l'Òmnibus sobre l'ús dels mercats de Barcelona revela que ha augmentat el nombre de ciutadans que compra als mercats municipals de la ciutat (en total un 61,5%); també hi destaca l'augment del nombre de joves que utilitzen aquests equipaments, i l'augment del grau de satisfacció de la població pel que fa als mercats.

La despesa atribuïble als turistes internacionals mitjançant la utilització de targeta de crèdit ha crescut un 33,37%, i ha arribat als 1.096 milions d'euros, als quals cal afegir els 577 milions d'euros corresponents a la retirada de diners en efectiu en caixers automàtics de caixes i bancs ubicats als carrers més comercials i turístics de la ciutat.

La participació del comerç en el total de la despesa turística ha estat del 33,84%, i el creixement experimentat és del 17,77%, quan l'any anterior va ser del 6,63%. Això indica que la bona conjuntura econòmica dels països del nostre entorn ha repercutit positivament a l'hora de fer *shopping*.



EL SECTOR TERCIARI A BARCELONA

EL SECTOR TERCIARI A BARCELONA 2006

L'any 2006 ha representat un nou avenç positiu en el procés de terciarització que l'economia barcelonina està experimentant en els darrers anys.

Segons les dades d'afiliació al Règim general de la Seguretat Social, l'augment del nombre d'assalariats del sector serveis ha estat del 4,7%, taxa que supera en 1,3 punts la mitjana de la ciutat (3,4%), i pràcticament idèntica a la de l'any anterior. Durant l'any 2006, el terciari ha generat més de 34.800 nous llocs de treball, i s'ha consolidat com el sector amb un més gran potencial de creació d'ocupació a la ciutat. Aquestes dades reflecteixen el seu vigor i dinamisme, ja que les xifres del 2005 es van beneficiar de l'impacte del procés extraordinari de regularització de treballadors estrangers.

L'ampli espectre d'activitats que ha assolit l'economia de la ciutat posa en evidència la seva diversitat estructural, en la qual les branques més tradicionals conviuen en equilibri amb els nous sectors emergents i els productes de darre-ra generació. L'any 2006, les branques de l'economia que han registrat un creixement percentual més gran de l'ocupació han estat l'administració pública (11%), els serveis a les empreses, amb un 6%, i les activitats sanitàries i de serveis socials, que assoleixen un 5%. Pel que fa als subsectors, cal destacar el dinamisme de la recerca i desenvolupament (que incrementa els seus efectius en més d'un 14%) o les activitats mediambientals (amb un 13,2%).

En valors absoluts, l'ocupació s'ha incrementat especialment en el grup de serveis a les empreses, que assoleix un creixement de pràcticament dotze mil nous afiliats al Règim general de la Seguretat Social, seguit pel de l'administració pública, amb 7.546 assalariats més, i el del Comerç, amb 6.460. Novament els serveis a les empreses, activitat essencial en l'actual configuració econòmica de les àrees urbanes, han estat capdavaners i han representat el 34,2% de totes les noves afiliacions del sector terciari.

El comerç ha estat una de les branques tradicionals més dinàmiques, amb un creixement de l'afiliació a la Seguretat Social del 4,5%, que representa la millor dada des de l'any 2000. Després d'uns quants anys en què no se superava el 3%, enguany s'ha produït una revifalla en la creació de llocs de treball que posa de manifest un nou impuls de l'activitat comercial.

En canvi, el creixement de l'afiliació al sector de l'hostaleria, amb un 3,6%, és inferior al de l'any passat. No obstant això, cal recordar que el 2005 es va produir un procés de regularització d'estrangers que va incidir de manera molt notable en aquesta branca. L'hostaleria es manté com una activitat amb un potencial de contractació de mà d'o-

bra molt important, a causa del dinamisme del sector turístic, que posen de manifest indicadors com l’oferta de places hoteleres, el nombre de visitants i les xifres relatives a les pernoctacions.

Segueixen la tònica dels darrers anys l’ensenyament -que incrementa els seus assalariats en prop d’un 3,5%- i la intermediació financera, amb una lleugera davallada de l’1,5%.

AFILIATS AL RÈGIM GENERAL DE LA SEURETAT SOCIAL A BARCELONA EN EL TERCIARI 1996-2006

	1996	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2006/1996		2006/2005	
									Nombre	%	Nombre	%
Comerc i reparacions	108.531	131.748	132.788	136.185	134.548	138.522	142.542	149.002	40.471	37,29	6.460	4,53
Hostaleria	32.523	42.154	42.896	44.960	46.586	47.206	51.523	53.381	20.858	64,13	1.858	3,61
Transport i comunicacions	46.345	53.597	50.939	50.946	50.484	53.828	54.895	56.233	9.888	21,34	1.338	2,44
Intermediació financera	42.285	43.027	44.624	44.094	44.005	45.044	45.587	44.883	2.598	6,14	-704	-1,54
Servei a les emp. i immob.	93.496	162.876	171.544	168.835	176.380	185.295	196.233	208.148	114.652	122,63	11.915	6,07
Administració pública	48.448	58.541	59.631	65.480	68.292	65.798	68.566	76.112	27.664	57,10	7.546	11,01
Ensenyament	33.195	42.078	43.160	43.428	43.473	44.485	45.984	47.649	14.454	43,54	1.665	3,62
Activ. sanitàries, serv. soc.	44.035	54.504	57.057	60.450	63.118	64.088	68.453	71.895	27.860	63,27	3.442	5,03
Serv. Pers. i domèstics	53.179	57.222	62.034	60.759	63.593	62.912	67.138	68.437	15.258	28,69	1.299	1,93
Total Serveis	502.037	645.747	664.673	675.137	690.479	707.178	740.921	775.740	273.703	54,52	34.819	4,70

PARTICIPACIÓ DE CADA SECTOR (EN %)

	1996	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2006/1996
Comerc i reparacions	21,6	20,4	20,0	20,2	19,5	19,6	19,2	19,2	-2,4
Hostaleria	6,5	6,5	6,5	6,7	6,7	6,7	7,0	6,9	0,4
Transport i comunicacions	9,2	8,3	7,7	7,5	7,3	7,6	7,4	7,2	-2,0
Intermediació financera	8,4	6,7	6,7	6,5	6,4	6,4	6,2	5,8	-2,6
Servei a les emp. i immob.	18,6	25,2	25,8	25,0	25,5	26,2	26,5	26,8	8,2
Administració pública	9,7	9,1	9,0	9,7	9,9	9,3	9,3	9,8	0,2
Ensenyament	6,6	6,5	6,5	6,4	6,3	6,3	6,2	6,1	-0,5
Activ. sanitàries, serv. soc.	8,8	8,4	8,6	9,0	9,1	9,1	9,2	9,3	0,5
Serv. Pers. i domèstics	10,6	8,9	9,3	9,0	9,2	8,9	9,1	8,8	-1,8
Total Serveis	100	100	100	100	100	100	100	100	

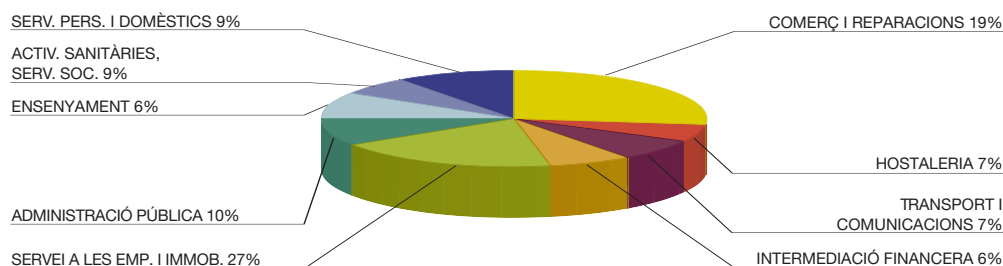
Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya.

A finals de l’any 2006, el sector terciari representa el 82,9% dels assalariats de Barcelona. Mentre que en la dècada anterior el creixement mitjà de la quota de participació dels serveis ha estat de prop del 0,7% anual acumulatiu, enguany l’increment del seu pes s’ha situat en un punt, i això posa de manifest una certa acceleració de la tendència a la terciarització de l’economia barcelonina.

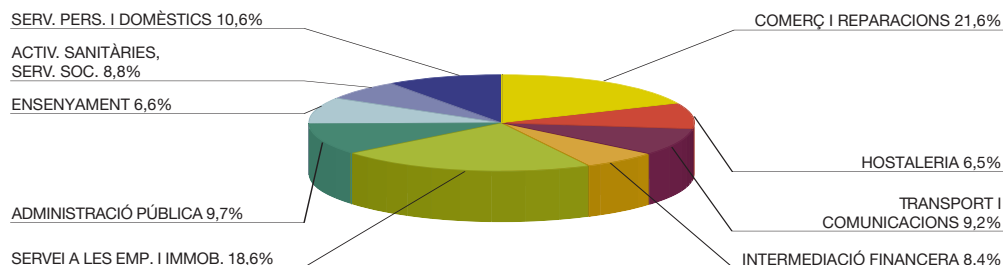
En el període estudiat (1996-2006), l'afiliació dels assalariats al sector serveis ha crescut de manera molt notable, amb un increment del 54,5%, que representa gairebé 274.000 nous llocs de treball i el converteix en el principal motor de la creació d'ocupació a la ciutat.

La transformació del terciari que s'ha produït en aquest període no ha estat només quantitativa, sinó també estructural. Cal fer ressaltar, de manera molt especial, el gran desenvolupament experimentat pels serveis a les empreses, amb una taxa de creixement del 122,6%, que implica la generació de més de 114.000 nous llocs de treball. Aquest heterogeni conjunt d'activitats té un paper capdavanter als països més avançats i desenvolupa un rol bàsic en la millora de la productivitat, de l'eficiència i de la capacitat d'innovació. A Barcelona, els serveis a les empreses ja són la primera activitat de la ciutat en nombre d'ocupats i, a finals del 2006, ocupen el 26,8% dels assalariats del terciari, després d'incrementar el seu pes relatiu dins del sector en 8,2 punts des del 1996.

ANY 2006



ANY 1996



En l'anàlisi comparativa 1996-2006, les dues branques amb més creixement de l'ocupació després dels serveis a les empreses i l'administració pública són l'hostaleria i les activitats sanitàries i de serveis socials. L'hostaleria ha experimentat un augment de l'afiliació del 64,1% (prop de 21.000 assalariats), fruit de la consolidació de Barcelona com a centre neuràlgic del turisme urbà internacional. Pel que fa a les activitats sanitàries i de serveis socials, els llocs de treball s'han incrementat en un 63,3%, xifra que representa pràcticament 28.000 nous afiliats. Aquest sector és un dels que tenen una major potencialitat de cara al futur a causa del desenvolupament de l'estat del benestar, de l'increment de l'esperança de vida, i de la qualitat de l'oferta de la xarxa sanitària barcelonina, que constitueix un dels factors d'atractivitat de la ciutat.

Al finalitzar l'any 2006, després dels serveis a les empreses, el comerç és l'activitat terciària amb més pes a Barcelona, tant pel que fa al nombre d'assalariats (149.002) com a la creació de llocs de treball durant el període estudiat (40.471). L'increment percentual de l'ocupació en el sector del comerç (37,3%) ha estat més moderat que la mitjana dels serveis, cosa lògica en una activitat madura i consolidada. De tota manera, l'activitat comercial representa prop de la cinquena part dels llocs de treball del sector terciari, la qual cosa posa de manifest el seu paper cabdal dins del conjunt de l'economia de la ciutat.

La resta de les branques del terciari han disminuït llur participació dins del sector entre el 1996 i el 2006, amb pèrdues de 2,5 punts en el cas de la intermediació financera, de 2,0 en els transports i comunicacions -activitat que, com l'anterior, ha incorporat importants millores tecnològiques al procés productiu-, i d'1,8 punts pel que fa als serveis personals i domèstics.



EL COMERÇ

1. OCUPACIÓ

El comerç a la ciutat de Barcelona dona ocupació l'any 2006 a 171.058 persones, després de registrar un increment de 5.817 afiliats a la Seguretat Social -tenint en compte tant assalariats com autònoms-, xifra que suposa un augment percentual del 3,5% respecte al 2005.

Com l'any anterior, s'observen comportaments clarament diferenciats de l'ocupació a les branques minorista i majorista. Mentre el comerç minorista ha incrementat el nombre de treballadors en un remarcable 6% -més del doble que el 2005-, el comerç majorista s'ha estabilitzat amb una lleugera davallada del 0,1%.

Aquest any cal remarcar l'extraordinari augment de l'afiliació al Règim general de la Seguretat Social en el comerç al detall, amb un destacable 8,9%, que constitueix -amb diferència- el registre més elevat dels darrers exercicis. Segons les dades del quart trimestre del 2006, el nombre d'assalariats en aquesta branca se situa en 80.772, 6.585 persones més que un any enrere. Es tracta d'un increment superior en més d'un 84% al del 2005, que té una especial rellevància, atès que les xifres d'aquell exercici comptabilitzaven l'impacte causat pel procés extraordinari de regularització de treballadors estrangers que es va produir en el transcurs de l'any.

Pel que fa al comerç a l'engròs, el nombre d'assalariats s'ha mantingut estable, i en valors absoluts, en finalitzar el 2006 hi ha 61 persones menys afiliades al Règim General de la Seguretat Social que l'any anterior, xifra que representa un lleuger decreixement (-0,1%). Aquest estancament de l'ocupació es deu, en part, a la dificultat per trobar espai suficient i adequat a les necessitats de la logística actual, i també a l'elevat cost dels locals a la ciutat, factors que empenyen un nombre significatiu d'empreses a ressituar-se en l'entorn metropolità.

AFILIATS A LA SEGURETAT SOCIAL EN EL COMERÇ A BARCELONA / 4T TRIMESTRE 2006

	Règim General	Variació 2006/2005	Autònoms	Variació 2006/2005	Total	Variació 2006/2005
Comerç minorista*	80.772	8,9	22.671	-3,1	103.443	6,0
Comerç majorista	57.669	-0,1	9.946	0,1	67.615	-0,1
Total Comerç	138.441	4,9	32.617	-2,1	171.058	3,5

* Inclou petites reparacions, no les relatives a vehicles de motor

Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

El nombre d'autònoms que treballen al comerç al final del 2006 és de 32.617, xifra inferior en 707 persones a l'any anterior. En l'àmbit del comerç majorista s'observa una gran estabilitat, amb un augment de només 12 afiliats respecte al 2005. Pel que fa al comerç minorista, continua la tònica d'anys anteriors i es redueix el nombre de treballadors per compte propi en 719 persones, xifra que supera en 50 la del 2005. El descens del nombre total d'autònoms ha provocat una disminució del pes relatiu dels del comerç, que el situa en el 26,7% del total de l'afiliació al Règim d'autònoms de Barcelona ciutat. D'altra banda, cal tenir en compte que el comerç, com a branca madura, manté una evolució més estable que els sectors emergents, que mostren un nivell més alt de dinamisme.

PES DE LA POBLACIÓ OCUPADA EN EL COMERÇ 2006 (%)

Unió Europea*	Espanya	Catalunya	Barcelona
14,6	17,5	17,8	16,2

Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades de l'INSS per a Espanya, Catalunya i Barcelona
EUROPEAN COMMISSION, *Employment in Europe 2006*.
* Les dades de la Unió Europea fan referència a l'any 2005.

El conjunt de treballadors del sector comercial de Barcelona el 2006 representaven el 16,2% de l'ocupació total de la ciutat, percentatge lleugerament superior al de l'any anterior. El comerç manté un pes molt significatiu dins de l'estructura ocupacional, especialment si es té en compte que el nivell de diversificació de l'economia de Barcelona és superior a la d'altres àmbits territorials.

Un any més, el percentatge de la població ocupada en el comerç a Catalunya (17,8%) supera tant el d'Espanya (17,5%) com el de la ciutat de Barcelona (16,2%). A la Unió Europea dels Vint-i-cinc, segons l'Enquesta de forces de treball, el percentatge, que correspon a l'any 2005, és del 14,6%.¹

1. En el cas de la UE-25, aquest percentatge inclou el manteniment i la reparació dels vehicles de motor.

2. FACTURACIÓ

Des de fa uns anys el creixement de l'economia barcelonina, catalana i espanyola ha trobat el seu principal impuls en la demanda interna i en la tendència a l'alça del consum de les llars. L'any 2006 ha suposat un cert canvi qualitatiu, ja que el creixement econòmic ha reduït la dependència que tenia del consum intern i ha estat clarament afavorit per la bona evolució del comerç exterior.

Cal tenir en compte que diversos dels indicadors econòmics de l'any 2006 poden tenir una repercussió d'efecte oposat sobre l'evolució del comerç. D'una banda, l'increment de l'ocupació, i més concretament de la contractació indefinida, tendeix a millorar la confiança de les famílies en el futur i, juntament amb la moderació de la inflació, hauria d'afavorir el consum. D'altra banda, el canvi de tendència dels tipus d'interès provoca que moltes famílies tendixin a moderar el seu nivell de despesa i ajornin les compres dels béns duradors més costosos per tal de no haver d'iniciar un crèdit en aquests moments.

En un moment com aquest, amb una bonança econòmica acompanyada d'incerteses, la facturació del comerç a la ciutat de Barcelona el 2006 ha crescut un 4,9%, fins a assolir un volum de negoci de 38.912 milions d'euros. Aquest és un ritme d'increment més suau que el registrat l'any 2005, però cal tenir en compte que, en corregir l'efecte de la variació de preus (que aquest any ha estat d'un 2,8% a la província de Barcelona), el creixement real de la facturació del comerç a la ciutat ha estat del 2,1%, el mateix que es va observar l'any anterior.

FACTURACIÓ DEL COMERÇ 2006 (MILIONS D'EUROS)

	Barcelona	Catalunya
C. Minorista	11.844	36.926
C. Majorista	27.068	84.076
Total comerç	38.912	121.001

Font: Estimació elaborada per la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'INE, Idescat i INSS

Tal com succeïa l'any passat, i trencant amb la pauta establerta anteriorment, durant el 2006 la facturació del comerç al detall ha evolucionat més favorablement que la del comerç a l'engròs.

El volum de negoci del comerç minorista ha accelerat el seu ritme de creixement respecte a l'any anterior fins al 9,6% (6,8% en termes reals), i ja suposa un total de 11.844 milions d'euros. Tot i la lleugera desacceleració de la despesa en consum de les llars, els bons resultats del sector turístic han potenciat el creixement de les vendes al detall. Cal tenir en compte que aquest any el nombre de pernотacions ha crescut un 20%, i ha assolit un nou màxim històric. A més, Barcelona es consolida com la plataforma base dels creuers de la Mediterrània, i atreu cada vegada més viatgers amb un elevat poder adquisitiu.

FACTURACIÓ DEL COMERÇ A BARCELONA 2006

	Facturació 2006 (Milions d'euros)	Variació 2006-2005 (%)
C. Minorista	11.844	9,6
C. Majorista	27.068	3,0
Total comerç	38.912	4,9

Font: Estimació elaborada per la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'INE, Idescat i INSS

En canvi, l'activitat majorista a la ciutat sembla haver-se estabilitzat. Durant el 2006, la facturació del comerç a l'engròs tan sols ha crescut un 3% (xifra que representa un repunt molt minso un cop descomptada la inflació) i se situa lleugerament per sobre dels 27.000 milions d'euros. Un dels factors fonamentals que expliquen aquest canvi de comportament del majorista a la ciutat -a Catalunya evoluciona de forma més positiva- està relacionat amb el procés de descentralització d'aquesta activitat cap a la resta de la regió metropolitana. Les dificultats per trobar sòl disponible en una ciutat tan compacta com Barcelona, juntament amb l'elevat cost d'aquest, i els problemes logístics que generen, fan que cada vegada més el territori natural del comerç a l'engròs sigui la corona metropolitana que l'envolta.

3. PRODUCTE INTERIOR BRUT

El producte interior brut del comerç de Barcelona es va incrementar en un 4,8% l'any 2006, xifra que representa un augment del 2% en termes reals. Segons les dades facilitades recentment per l'Institut d'Estadística de Catalunya a partir de la Taula input-output 2001, el sector aporta aproximadament el 15% del valor afegit brut dels serveis de la ciutat.

L'economia barcelonina ha mantingut durant l'any 2006 la tònica expansiva que ha caracteritzat la seva evolució recent, amb un dels ritmes de creixement més elevats dels darrers anys i una notable capacitat de generar llocs de treball. El principal motor d'aquest dinamisme ha estat novament el terciari, mentre que la construcció perdia embranzida i la indústria ha evolucionat més favorablement que en exercicis anteriors, però segueix reduint el seu pes relatiu dins del teixit productiu. Amb tot, el 2006 la demanda interna ha desaccelerat la seva evolució, i per exemple el consum de les llars s'ha incrementat en un 3,6% en termes reals en el conjunt de Catalunya (0,9 punts menys que els dos anys anteriors), mentre que altres indicadors com la matriculació de vehicles mostraven símptomes d'estancament. En canvi, l'evolució del sector exterior ha estat notablement expansiva, amb creixements de dos dígits tant de les exportacions com de les importacions, que tenen una repercussió significativa sobre l'activitat comercial.

Com ja havia succeït l'any anterior, el 2006 el comerç al detall s'ha mostrat més dinàmic que el majorista a la ciutat, i cal destacar el comportament favorable de la productivitat d'aquesta branca que es desprèn de les darreres dades oficials disponibles. D'altra banda, si es considera el conjunt de la regió metropolitana de Barcelona, el comerç a l'engròs continua evolucionant positivament. Efectivament, en els darrers anys el procés d'expansió i reestructuració de la branca majorista està traduint-se en la localització d'un nombre creixent dels seus establiments fora de l'àmbit de la ciutat central, en ubicacions ben comunicades i connectades a l'activitat logística. Per tant, per a una anàlisi correcta d'aquesta branca ja es fa imprescindible adoptar la perspectiva metropolitana, tot i que Barcelona segueix sent el nucli central del comerç a l'engròs a escala de Catalunya.

Pel que fa a l'activitat turística, l'any 2006 la ciutat ha registrat nous màxims històrics de visitants i pernoctacions, amb increments propers al 20% en els dos casos, que superen amb escreix els registrats a Catalunya, i també els registres del 2005. D'altra banda, el grau d'ocupació hotelera ha augmentat malgrat el creixement sostingut del nombre de places, Barcelona ha rebut més d'1.400.000 creueristes, i el nombre d'assistents a reunions i congres-

sos celebrats a la ciutat s'ha apropat per primera vegada al mig milió -dos segments dels visitants, amb un elevat poder adquisitiu. Tot apunta, doncs, que el turisme és i seguirà sent un element dinamitzador de la demanda comercial a Barcelona, especialment en determinades zones. Amb tot, cal assenyalar que en els darrers anys l'estada mitjana dels turistes a la ciutat ha oscil·lat lleugerament a la baixa, i que el 2006 la despesa total dels turistes ha desaccelerat la seva evolució a escala de Catalunya. Caldrà, doncs, estar atents als propers anys per tal d'observar com evoluciona l'impacte del sector turístic sobre el comerç de la ciutat.

Un aspecte de la marxa de l'economia que aquest any cal destacar favorablement és la contenció de la inflació. Efectivament, l'índex de preus de consum a la província de Barcelona ha registrat un increment interanual del 2,8% en el transcurs del 2006, xifra que suposa un descens molt notable en relació amb el 4,4% de l'exercici anterior, afavorit per factors com ara la moderació dels preus del petroli, l'alentiment de la despesa de consum o la revalorització de l'euro. Aquesta evolució suposa una reducció substancial del diferencial de preus amb la Unió Europea, que repercuteix positivament en la competitivitat de l'economia barcelonina en general i, particularment, en la de branques com el comerç.

4. CARACTERITZACIÓ ECONÒMICA DEL COMERÇ MAJORISTA

La funció del comerç majorista és la intermediació entre els productors o altres majoristes d'una banda i els detallistes, petits comerciants, altres majoristes o fabricants de l'altra. Actua d'agent de venda per als proveïdors, i de compra per als clients. Les principals funcions majoristes són la compra de mercaderies al productor o a altre majorista, l'agrupació i normalització dels productes, el transport de mercaderies, l'emmagatzematge i conservació dels productes, la promoció i venda, el lliurament, el crèdit, l'assumpció de riscos i l'assessorament al detallista.

En els darrers anys, el comerç al major s'ha anat adaptant a les noves exigències del mercat i satisfà les demandes del comerç tradicional i de nous agents com ara centrals de compra, la restauració comercial i institucional, altres majoristes i el mercat d'exportació. El fort dinamisme de la distribució comercial provoca també que en alguns casos les estratègies de l'empresa majorista i les de la minorista convergeixin en certes funcions, ja que per augmentar el marge econòmic els agents distribuïdors assumeixen un més gran nombre d'activitats al llarg de tota la cadena de distribució: grans minoristes o minoristes associats creen la seva pròpia central de compres majorista, mentre que algunes empreses majoristes estableixen cadenes minoristes. Tota aquesta nova dinàmica no provoca canvis notoris en el clar predomini del comerç minorista quant a nombre d'empreses i nombre d'ocupats, però cal destacar que, segons les darreres dades disponibles, la creació d'empreses ha estat més accelerada al comerç a l'engròs que al comerç al detall.

Atesa la rellevància econòmica d'aquesta branca i sobre la base de l'Enquesta anual de comerç de l'Institut Nacional d'Estadística per a l'any 2005, s'analitzen a continuació els principals indicadors del comerç a l'engròs i les seves branques a Espanya i Catalunya, a partir de les variables econòmiques més significatives i els seus valors mitjans per agrupacions -comerç majorista, minorista i venda, manteniment i reparació de vehicles. Com a novetat, aquest any s'hi incorporen per primera vegada dades sobre el comerç a l'engròs de la Unió Europea, fet que fa possible comparar les principals magnituds i coeficients del comerç majorista a Espanya i en el conjunt de la UE-25.

Principals indicadors del sector comercial majorista a Espanya.
Comparació amb la Unió Europea

Els principals indicadors econòmics del comerç a l'engròs a Espanya presenten una evolució positiva l'any 2005. El seu volum de negoci ja se situa prop dels 369.000 milions d'euros, xifra que representa el 54,4% del sector, i assolix un creixement d'un 7,1% respecte a l'any anterior, que supera lleugerament el del conjunt del comerç. També el valor afegit brut a preus de mercat d'aquesta branca (46,3% del total) és el més destacat en l'àmbit del comerç, amb 47.000 milions d'euros i un 2,8% d'augment respecte al 2004. De tota manera, l'activitat majorista ha minvat en 1,3 punts percentuals la seva contribució a la generació de riquesa del comerç, pel fet que el creixement anual del comerç minorista durant el 2005 ha estat molt rellevant (8,8%).

PRINCIPALS MAGNITUDS I COEFICIENTS DEL SECTOR COMERCIAL A ESPANYA. ANY 2005

	Comerç majorista	Comerç minorista	Venda, manteniment i reparació de vehicles	TOTAL
Nombre d'empreses	206.612	535.729	76.596	818.937
Volum de negoci *	368.906.114	193.777.696	115.761.973	678.445.783
Valor afegit a preus de mercat *	46.969.272	40.021.153	14.489.028	101.479.453
Personal ocupat el 30-09	1.136.191	1.792.367	404.060	3.332.618
Ocupats per empresa	5,5	3,3	5,2	4,0
Productivitat (euros)	40.407,7	22.800,4	34.963,5	30.344,8
Salari mitjà (euros)	21.134,6	14.050,3	19.066,0	17.442,1
Taxa d'assalariats (%)	86,4	70,6	84,7	77,9
Taxa d'estabilitat laboral (%)	79,4	77,5	81,8	78,8
Taxa de participació femenina (%)	30,4	59,2	16,1	44,2

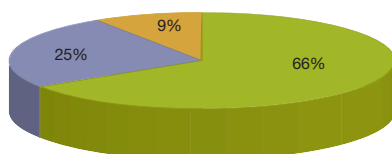
* en milers d'euros

Font: Enquesta Anual de Comerç 2005 de l'Institut Nacional d'Estadística.

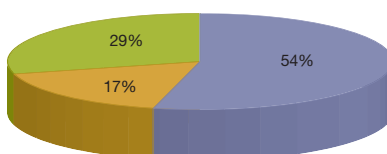
Com en anys anteriors, el pes relatiu del sector majorista sobre el nombre total d'empreses del comerç (25,2%) és inferior al del sector minorista, si bé el 2005 el ritme de creixement de firmes a l'engròs ha estat superior (2,4% i 0,9%, respectivament). El comerç a l'engròs, amb 1.136.191 ocupats, també fa una aportació inferior que el comerç al detall a l'ocupació del sector comercial (34,1%), i ha generat una menor creació interanual neta de llocs de treball tant en termes absoluts com relatius. Aquesta tendència reflecteix en part la menor importància del treball a temps parcial en el comerç majorista.

PES DE LES BRANQUES DEL COMERÇ A ESPANYA. ANY 2005
(PERCENTATGE S/TOTAL DEL SECTOR)

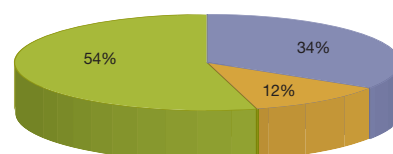
NOMBRE D'EMPRESSES



FACTURACIÓ



OCUPACIÓ



■ MAJORISTA ■ MINORISTA ■ VEHICLES

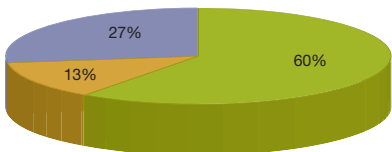
Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació a partir de l'Enquesta anual del comerç 2005 de l'Institut Nacional d'Estadística.

El 2005, els indicadors més rellevants del sector comercial espanyol evolucionen lleugerament a l'alça, i les tendències de creixement són força similars a les de l'any anterior. En la major part dels casos es posa de manifest l'avantatge competitiu del comerç majorista en relació amb el minorista. La productivitat al sector de l'engròs, la més alta de les activitats de distribució, ha crescut un 2,5% i se situa en 40.407,7 euros per treballador. Pel que fa al salari mitjà (21.134,6 euros), continua ampliant-se la superioritat del sector majorista, que mostra increments salarials més elevats (5,1% respecte al 2004) que els del comerç al detall i els de la venda i reparació de vehicles.

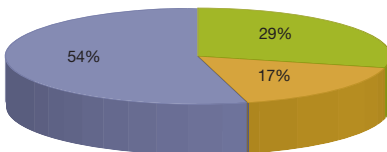
Tot i el lleuger increment dels autònoms, el 2005 ha seguit creixent suaument la taxa d'estabilitat laboral, que ja se situa gairebé en el 80%. La taxa de participació femenina es manté pràcticament estancada en el 30,4%, el mateix valor que fa cinc anys. D'altra banda, reula gairebé 1 punt percentual la taxa d'assalariats, encara que continua presentant un valor molt elevat (86,5%).

PES DE LES BRANQUES DEL COMERÇ A LA UNIÓ EUROPEA. ANY 2004
(PERCENTATGE S/TOTAL DEL SECTOR)

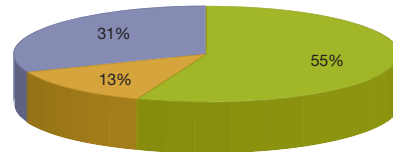
NOMBRE D'EMPRESSES



FACTURACIÓ



OCUPACIÓ



■ MAJORISTA ■ MINORISTA ■ VEHICLES

Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació a partir del Boletín Económico de ICE núm. 2912.

EL COMERÇ. CARACTERITZACIÓ ECONÒMICA DEL COMERÇ MAJORISTA

Pel que fa a la distribució comercial a Europa, el sector majorista presenta unes magnituds relatives força similars a les d'Espanya: el seu volum de facturació (54,7%) gairebé dobra el del comerç minorista, amb creixements del 4,8% el 2004, i del 7,3% el 2005. La seva contribució al valor afegit (46,3%) és la més rellevant del sector comercial. El Regne Unit, Alemanya i França presenten les xifres de valor afegit més altes, mentre que Espanya es troba en cinquena posició en el rànquing europeu per aquest concepte.

El nombre d'empreses majoristes representa el 27% del sector, sent Itàlia i Espanya les que en concentren més, mentre que el 31% dels treballadors de la distribució comercial pertanyen al comerç a l'engròs. Els països amb més ocupats en el sector majorista són el Regne Unit, Alemanya, Itàlia, França i Espanya. La mitjana de treballadors per empresa és de 5,7, molt propera a la de l'estat espanyol (5,5); però alguns països doblen aquesta dada, com ara Alemanya (12,9 treballadors de mitjana), Irlanda (11 treballadors) o el Regne Unit (10,8 treballadors).

PRINCIPALS MAGNITUDS I COEFICIENTS DEL SECTOR COMERCIAL A LA UNIÓ EUROPEA. ANY 2004

	Comerç majorista	Comerç minorista	Venda, manteniment i reparació de vehicles	TOTAL
Nombre d'empreses	1.604.300	3.504.136	760.456	5.868.892
Volum de negoci *	3.868.776	2.023.702	1.177.321	7.069.799
Valor afegit a preus de mercat *	459.408	382.866	149.744	992.018
Personal ocupat el 30-09	9.087.696	16.268.721	3.927.300	29.283.717
Productivitat (euros)	50.500,0	23.500,0	38.100,0	37.367

*en milers d'euros
Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació a partir del Boletín Económico de ICE nº 2912

Les característiques de l'ocupació en l'àmbit europeu també presenten similituds amb les de l'Estat i novament mostren importants diferències entre les branques majorista i minorista. Així, el percentatge d'assalariats a Europa també supera el 80%, i la taxa d'ocupació femenina és del 33,5%, 3,5 punts per sobre de l'espanyola. D'altra banda, a la UE predominen clarament els treballadors del comerç a l'engròs a temps complet, amb un 88,7% del total, sent però l'ocupació a temps parcial (11,3%) superior a la taxa d'Espanya (7%), mentre que el pes dels treballadors menors de trenta anys és del 21,5% del total a Europa i del 23,4% a Espanya. El perfil d'ocupació propi del sector majorista és el d'un home a jornada completa i major de trenta anys, mentre que el sector minorista té un clar predomini de les dones, més importància de la jornada parcial, i més joventut.

A escala europea, la productivitat aparent del sector majorista el 2004 fou de 50.500 euros per treballador, més del doble que la registrada en el comerç al detall (23.500 euros) i quasi un 30% més alta que la registrada a Espanya el mateix any (39.410 euros). Els països amb més gran productivitat són Irlanda i Finlàndia, amb prop de 71.700 euros per treballador. El cost mitjà per persona ocupada al comerç majorista el 2004 va ser de 32.300 euros, supe-

rior al del comerç minorista (18.300 euros), on s’ha de tenir en compte l’impacte de l’ocupació a temps parcial. Aquest cost mitjà europeu queda clarament per sobre del que es va registrar a Espanya el mateix any, que va ser de 25.500 euros.

PRINCIPALS INDICADORS DEL COMERÇ MAJORISTA A LA UNIÓ EUROPEA. ANY 2004 (1)

	Nombre empreses (uds)	Nombre empleats per empresa (unitats)	Facturació (milions €)	Valor afegit (milions €)	Nombre empleats (unitats)	Cost mitjà per empleat (2) (milers €)	Product./empleat (2) (milers € per empleat)
Bèlgica	43.007	5,4	174.863,9	16.216,9	233.108	50,3	69,6
Txèquia	61.639	3,8	48.296,6	4.950,1	237.158	11,4	20,9
Dinamarca	16.071	10,2	90.999,2	11.445,2	164.347	46,9	69,6
Alemanya	93.543	12,9	656.119,2	78.513,6	1.208.191	39,2	65,0
Estònia	7.904	4,9	6.751,6	672,4	38.650	8,1	17,4
Irlanda	7.221	11,0	46.134,1	5.682,9	79.277	36,6	71,7
Grècia	75.586	4,1	65.278,0	11.824,1	312.260	20,7	37,9
Espanya	201.763	5,5	344.566,0	44.125,3	1.119.647	25,5	39,4
França	183.341	5,8	582.276,6	62.382,4	1.056.162	42,1	59,1
Itàlia	406.790	2,6	403.194,7	48.572,8	1.076.324	33,6	45,1
Xipre	2.273	8,0	3.888,8	623,2	18.248	20,0	34,2
Letònia	6.473	8,0	7.600,5	985,5	52.048	4,6	18,9
Lituània	6.568	10,8	7.770,5	827,2	70.658	5,3	11,7
Luxemburg	3.185	4,4	10.826,5	915,2	13.890	40,8	65,9
Hongria	33.073	5,1	35.597,0	3.050,6	168.642	9,9	18,1
Malta	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****
Països Baixos	57.910	8,1	280.313,5	30.570,0	468.640	39,9	65,2
Àustria	25.640	7,5	94.009,0	12.119,5	192.759	42,1	62,9
Polònia	123.215	5,5	111.302,6	11.471,9	679.294	7,2	16,9
Portugal	59.640	4,6	63.477,7	7.663,3	273.571	17,6	28,0
Eslovènia	11.312	3,7	8.901,6	1.295,1	42.226	17,9	30,7
Eslovàquia	8.386	9,4	12.362,9	1.458,4	78.589	7,6	18,6
Finlàndia	15.130	5,4	50.825,1	5.841,0	82.269	43,9	71,0
Suècia	43.612	5,1	97.396,8	14.205,6	220.481	49,0	64,4
Regne Unit	111.018	10,8	686.023,8	83.995,9	1.201.257	35,4	60,5
UE25	1.604.300	5,7	3.868.776,2	459.408,1	9.087.696	32,3	50,5

***** No disponible

(1) Luxemburg 2003

(2) Regne Unit, 2003

Font: Elaboració del Boletín Económico del ICE n.2912 a partir de dades Eurostat

En definitiva, els indicadors econòmics i d’ocupació del comerç majorista d’Espanya i d’Europa segueixen pautes bàsiques molt similars, si bé cal remarcar que hi ha algunes diferències, com ara una més gran incidència de l’ocupació femenina i de l’ocupació a temps parcial, o una productivitat més elevada al sector de l’engròs europeu.

Anàlisi per branques

La branca del comerç a l'engròs més rellevant per volum de negoci i pel que fa a la productivitat és la de productes no agraris semielaborats, ferralla i deixalles, que representa el 30,9% de la facturació majorista i és la que més ha crescut entre el 2004 i el 2005 tant en termes absoluts com relatius. La segona branca per facturació és la d'alimentació, begudes i tabac, amb un 24% del total, que, tot i haver augmentat un 3%, ha perdut 1 punt de pes sobre el total. Els productes de consum no alimentari (23,1%) ocupen el tercer lloc en volum de negoci, amb un creixement del 4,4%. D'altra banda, redueixen facturació els intermediaris del comerç i l'altre comerç a l'engròs sense classificar.

La productivitat del comerç a l'engròs de productes no agraris semielaborats és de 49.710,4 euros, i manté la primera posició tot i que ha davallat en gairebé 900 euros respecte a l'any anterior. El salari mitjà en aquesta activitat s'apropa molt a la mitjana del sector, i les taxes d'assalariats i d'estabilitat laboral es mantenen constants. En canvi, la branca de maquinària i equips mostra un ascens en productivitat, ja supera els 49.000 euros per treballador, i mostra els coeficients més elevats en les taxes d'assalariats i d'estabilitat laboral, així com un salari mitjà destacat.

PRINCIPALS INDICADORS DEL COMERÇ MAJORISTA PER BRANQUES A ESPANYA. ANY 2005

	Volum de negoci en euros	Nº d'ocupats per empresa	Productivitat	Salari mitjà	Taxa d'assalariats	Taxa d'estabilitat laboral
Intermediaris de comerç	4.422.486	1,5	36.344,0	27.799,50	43,4	85,5
Materies primes agràries	16.522.060	3,5	31.853,1	17.653,30	76,1	77,6
Productes alimentaris, begudes i tabac	88.632.758	7,7	27.543,0	16.017,30	89,1	69,8
Productes de consum no alimentaris	85.314.414	6,1	45.063,8	23.715,90	89,6	84,3
Productes no agraris semielaborats, ferralla i rebuig	113.967.848	6,9	49.710,4	21.151,40	91,3	80,6
Maquinària i equips	59.049.170	7,6	49.031,3	25.756,50	93,1	86,1
Altres comerç a l'engròs	997.378	3	33.428,0	25.758,90	81,6	78,8
Mitjana majorista	368.906.114	5,5	40.407,7	21.134,60	86,8	79,4

Font: Enquesta Anual de Comerç 2005 de l'Institut Nacional d'Estadística.

Pel que fa als productes alimentaris, que ocupen el més gran nombre de treballadors en termes absoluts i per empresa en el comerç a l'engròs, constitueixen l'activitat més mal situada en productivitat, en salari mitjà i en taxa d'estabilitat laboral, amb coeficients que queden clarament per sota de la mitjana del sector i evidencien unes condicions laborals precàries.

Finalment, els intermediaris del comerç, en la seva major part microempreses formades per autoemprenedors, han millorat la seva productivitat en 1.067,9 euros per treballador i han registrat un increment destacat del salari mitjà entorn del 10%.

Dades bàsiques del sector majorista a Catalunya

D'acord amb les dades de l'Enquesta anual de comerç 2005, a Catalunya el pes del comerç majorista sobre el total del comerç és superior en totes les magnituds econòmiques disponibles respecte a Espanya, com ja ho era el 2004.

Catalunya compta el 2005 amb 47.049 locals comercials majoristes, que ocupen 230.272 treballadors, assoleixen un volum de negoci de 74 milions d'euros, i han generat una inversió bruta de més d'1,2 milions d'euros. A Catalunya el comerç a l'engròs aporta més de la meitat del volum de negoci, dels salaris i de la inversió en béns materials del sector comercial, mentre que a Espanya el majorista mostra un pes relatiu superior al 50% només en el volum de negoci.

PES DEL COMERÇ MAJORISTA RESPECTE AL TOTAL DEL COMERÇ A CATALUNYA I A ESPANYA 2005

	comerç majorista	Catalunya pes sobre total de comerç	comerç majorista	Espanya pes sobre total de comerç	Pes Catalunya/ Espanya
Nombre de locals	47.049	27,2%	240.476	24,6%	19,6%
Personal ocupat	230.272	37,2%	1.136.191	34,1%	20,3%
Volum de negoci*	74.059.103	55,7%	368.906.114	54,4%	20,1%
Sous i salaris*	5.023.825	52,2%	20.827.749	46,8%	24,1%
Inversió bruta en béns materials*	1.202.600	53,2%	6.434.947	44,7%	18,7%

* en milers d'euros
Font: Elaboració pròpia amb dades de l'Enquesta Anual de Comerç 2005 de l'INE.

Entre el 2004 i el 2005, el nombre de locals majoristes de Catalunya ha crescut un 1,3%, i també ho ha fet el volum de negoci, en un 3,8%, mentre que els sous i salaris han registrat un augment del 2,5%. En canvi, hi ha hagut una petita davallada pel que fa al personal ocupat (-0,9%) i una forta disminució de la inversió bruta en béns materials (-20,5%). Cal tenir en compte, però, que el 2004 aquesta variable va registrar un creixement excepcional del 42,2%, que explica en part en la caiguda del 2005.

Tot i que l'aportació del comerç a l'engròs dins el sector comercial és més elevada a Catalunya, i a diferència de l'any anterior, el 2005 l'evolució del comerç majorista en el conjunt espanyol ha estat més positiva en totes les variables, destacant els augments de facturació (7,1%) i sous i salaris (5,7%) del conjunt de l'estat. També ha crescut més el nombre de locals (2,1%) i els llocs de treball (2,4%). Pel que fa a l'evolució de la inversió bruta en béns materials, és també negativa (-8%), però menys accentuada que a Catalunya.

El pes del sector majorista català a Espanya es manté en gairebé totes les magnituds a prop del 20%, excepte en sous i salaris, en què és del 24%; però com a resultat del menor creixement relatiu del 2005 hi ha hagut lleugers descensos de la contribució catalana en totes les variables. La davallada més evident es produeix en la inversió bruta en béns materials, on el pes de Catalunya disminueix 3,1 punts percentuals.

COMERÇ I SERVEIS

Actualment i des de l'1 de juliol del 2003, les dades de l'IAE són gestionades per l'Agència Tributària. Aquest canvi de gestió ha fet que s'obtinguin uns resultats poc fiables respecte a les dades obtingudes en anys anteriors. En conseqüència, l'anàlisi i l'explotació de les llicències corresponents a l'any 2006 no ens proporcionen la informació necessària per analitzar el comerç i els serveis de la ciutat de Barcelona.

Per poder analitzar l'evolució del sector, iniciem en aquest informe un nou estudi a partir dels centres de cotització del comerç al Règim general de la Seguretat Social, comparant la seva evolució des de l'any 1998 al 2000. Això ens permetrà fer una anàlisi molt més acurada i fiable de la que podríem fer basant-nos en les dades de l'Agència Tributària, ja que la base utilitzada en els centres de cotització a la Seguretat Social no ha variat en el transcurs d'aquests anys. La comparació amb el nombre de treballadors ens permetrà avaluar-ne l'evolució.

5. ELS CENTRES DE COTITZACIÓ DEL COMERÇ

Com a novetat d'aquest any, el present capítol presenta una anàlisi dels centres de cotització a la Seguretat Social adscrits al comerç a Barcelona durant el període 1998-2006 amb objectiu d'oferir una aproximació estadística a la dinàmica empresarial del sector durant aquest període. Concretament, s'estudia el nombre i l'evolució dels centres de cotització inscrits a les branques de comerç a l'engròs i intermediaris del comerç, i comerç al detall i reparacions.² No es tenen en compte, per tant, els dedicats a la venda, manteniment i reparació de vehicles de motor, com tampoc a la restauració i al sector serveis en general.

Els centres de cotització a la Seguretat Social -procedents de l'explotació estadística, realitzada per l'INSS, dels fitxers del Règim general- agrupen el col·lectiu de treballadors que pertanyen a una mateixa empresa i desenvolupen la seva activitat en una mateixa província. Per aquest motiu, a escala provincial constitueixen un bon indicador sobre el nombre d'empreses amb assalariats en funcionament i la seva distribució sectorial. En àmbits territorials més reduïts -com és el cas del municipi-, no es pot assimilar, en canvi, l'estadística de centres de cotització

2. Els codis 51 i 52, respectivament, de la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques CNAE-93.

adscrits a una activitat determinada al nombre d'empreses que operen en aquella àrea i sector. En particular, a les ciutats que exerceixen la funció de capitalitat -com Barcelona-, l'efecte seu social sol traduir-se en una certa sobrevaloració de l'estadística de centres de cotització en relació amb els municipis del seu entorn. Per això, s'ha considerat rellevant oferir també informació -més sintètica- sobre les tendències estructurals del comerç que es desprenen de les dades sobre centres de cotització a la regió metropolitana i a Catalunya, que permeten constatar grans similituds amb les detectades a la ciutat.

També cal precisar que en l'anàlisi d'aquest capítol no s'han considerat els treballadors afiliats al Règim especial d'autònoms, ja que les dades dels centres de cotització només es refereixen a les empreses que ocupen treballadors per compte de tercers afiliats al Règim general, i el concepte d'autònom no es pot assimilar al d'unitat empresarial.

Fins l'any passat la present publicació basava l'anàlisi de la dinàmica empresarial del comerç en les dades provinents de l'explotació estadística dels expedients de l'impost sobre activitats econòmiques (IAE). No obstant això, des de la seva reforma l'any 2002, aquest tribut ha perdut, a la pràctica, l'efecte censal que tenia anteriorment. D'altra banda, les llicències de l'IAE s'utilitzaven -a efectes d'anàlisi- com una aproximació als locals empresarials en actiu, mentre que els centres de cotització a la Seguretat Social constitueixen un indicador del nombre d'empreses amb assalariats. Per tant, conceptualment es tracta de dues fonts clarament diferenciades, i en cap cas no es poden comparar les dades referents a llicències de l'IAE amb les dels centres de cotització a la Seguretat Social. Tampoc no es pot disposar d'informació sobre centres de cotització a nivells territorials inferiors al municipi, com és el cas dels districtes, fet que sí que es donava en el cas de l'IAE.

Centres de cotització del comerç de Barcelona 1998-2006

L'anàlisi dels centres de cotització corresponents a les activitats comercials entre el 1998 i el 2006 proporciona una visió estructural de l'evolució d'aquest sector des del punt de vista de la dinàmica empresarial en els darrers nou anys.

CENTRES DE COTITZACIÓ A LA SEGURETAT SOCIAL AL COMERÇ DE BARCELONA 1998-2006

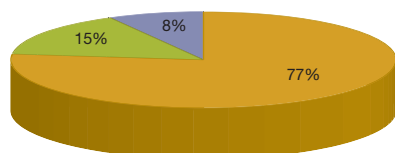
	1998	2002	2006	Variació 2006/1998	
				en nombre	%
Engròs	7.005	6.765	6.630	-375	-5,35
Detall	12.737	11.847	11.828	-909	-7,14
Total	19.742	18.612	18.458	-1.248	-6,50

Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

Barcelona l'any 2006 té 18.458 centres de cotització a la Seguretat Social al sector del comerç, dels quals 11.828 (el 64,1%) corresponen al sector minorista i 6.630 (el 35,9%) al majorista.

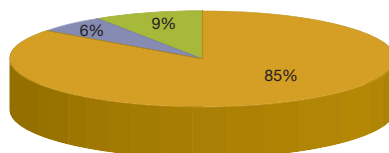
El sector comerç representa, l'any 2006, pràcticament la quarta part dels centres de cotització a Barcelona (23,4%) i constitueix la primera activitat econòmica de la ciutat per aquest concepte. Aquesta participació va molt per endavant dels sectors que el segueixen en el rànquing: els serveis a les empreses (que suposen un 15,2% del total), l'hostaleria (amb un 8,3%) i les activitats immobiliàries (8,2%).

**PES DEL COMERÇ A L'ECONOMIA DE LA CIUTAT
SEGONS CENTRES DE COTITZACIÓ (% S/TOTAL)**



■ ENGRÒS ■ DETALL ■ RESTA SECTORS

**PES DEL COMERÇ A L'ECONOMIA DE LA CIUTAT
SEGONS AFILIATS AL RÈGIM GENERAL S. SOCIAL**

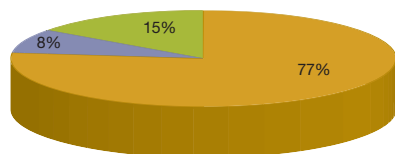


Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Val a dir que pel que fa al nombre de treballadors afiliats al Règim General el comerç representa, el mateix any, un 14,8% del total de l'economia, i constitueix la segona branca de la ciutat després dels serveis a les empreses, que assoleixen el 17,4%. Malgrat que es tracta de pesos inferiors als que es desprenen de l'anàlisi dels centres de cotització, aquestes dades posen clarament de manifest la solidesa del comerç a Barcelona i molt especialment la del sector minorista, que representa per si sol el 15% dels centres de cotització i el 8,6% dels assalariats de la ciutat.

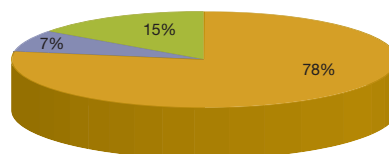
El pes del comerç dins el conjunt dels centres de cotització presents a la ciutat de Barcelona l'any 2006 se situa pràcticament al mateix nivell que a la regió metropolitana (on assoleix un 23,5%) i quasi un punt per sobre del de Catalunya (22,6%).

**PES DEL COMERÇ A L'ECONOMIA DE LA REGIÓ METROPOLITANA
SEGONS CENTRES DE COTITZACIÓ (% S/TOTAL)**



■ ENGRÒS ■ DETALL ■ RESTA SECTORS

**PES DEL COMERÇ A L'ECONOMIA DE CATALUNYA
SEGONS CENTRES DE COTITZACIÓ (% S/TOTAL)**

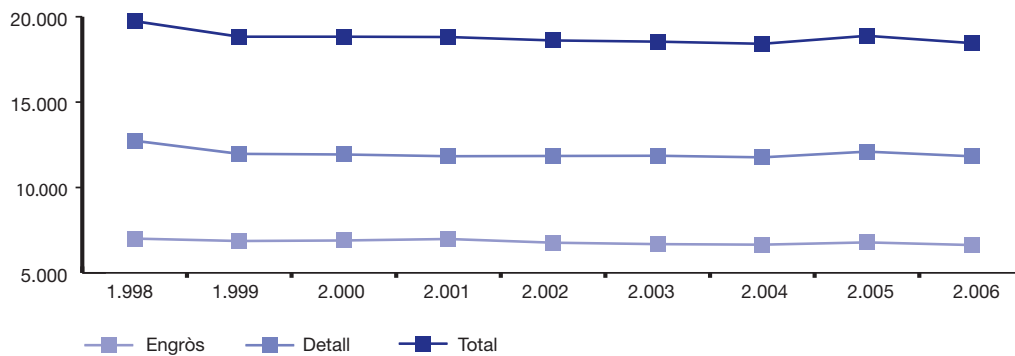


Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Evolució 1998-2006

Des del 1998 fins al 2006, es produeix a la ciutat una lleugera davallada en el nombre centres de cotització a la Seguretat Social dedicats a l'activitat comercial. En valors absoluts, la reducció és de 1.284 centres, dels quals 375 corresponen al comerç a l'engròs, i la resta al comerç al detall. En termes percentuals, la variació ha estat del 6,5% en el conjunt del sector, amb una disminució una mica més accentuada en el sector minorista, que arriba al 7,1%, mentre que la dels majoristes és del 5,3%.

CENTRES DE COTITZACIÓ A LA SEGURETAT SOCIAL AL COMERÇ DE BARCELONA



Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

De tota manera, cal assenyalar, tenint en compte la durada del període analitzat i el fet que el comerç és una activitat madura, que la variació registrada és poc significativa i que l'evolució del nombre de centres de cotització posa de manifest una notable estabilitat en aquest sector.

L'esmentada estabilitat és particularment evident en els darrers cinc anys, en què el nombre de centres de cotització del comerç minorista a la ciutat pràcticament no ha variat (el 2006 hi ha tan sols tres centres de cotització menys que el 2001). Pel que fa al comerç a l'engròs, durant el quinquenni experimenta a la ciutat una reducció moderada del nombre de centres de cotització (-125), que en termes percentuals no arriba al 2%.

Com a conseqüència de l'evolució descrita, el pes relatiu del comerç dins de l'economia de la ciutat des de la perspectiva dels centres de cotització disminueix lentament durant el període 1998-2006, amb una reducció global de 2,5 punts. Aquesta tendència afecta tant el comerç a l'engròs, amb una pèrdua del -0,8%, com el comerç al detall, amb un -1,7%.

PES DEL COMERÇ SOBRE EL CONJUNT DE L'ECONOMIA DE BARCELONA 1998-2006 (% S/ TOTAL)

	1998	2002	2006	Variació 2006/1998
Centres de Cotització				
Comerç a l'engròs	9,18	9,02	8,42	-8,28
Comerç al detall	16,70	15,79	15,01	-10,12
Total comerç	25,88	24,80	23,43	-9,47
Afiliats Règim General S. Social				
Comerç a l'engròs	6,85	6,85	6,16	-10,07
Comerç al detall	8,16	8,20	8,63	5,76
Total comerç	15,01	15,05	14,79	-1,47

Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Entre els anys 2001 i 2006, l'evolució del comerç a la regió metropolitana de Barcelona i en el conjunt de Catalunya mostra una certa paradoxa. D'una banda, aquesta activitat ha ampliat la seva base empresarial, amb un increment del nombre de centres de cotització tant al comerç a l'engròs com al minorista. Però el més gran dinamisme d'altres sectors econòmics i el desenvolupament de noves activitats han fet que el seu pes en el conjunt dels centres de cotització de l'economia hagi minvat en 1,4 punts en els dos àmbits territorials.

Cal remarcar el notable contrast que hi ha entre el lleuger descens observat dels centres de cotització del comerç a la ciutat entre el 1998 i el 2006, i la notable capacitat de creació d'ocupació que el sector ha demostrat durant aquest període. Efectivament, en l'etapa analitzada el nombre de treballadors del comerç afiliats al Règim general de la Seguretat Social ha anat creixent any rere any, a excepció del 2003 (en què va patir una petita disminució de l'1,8%).

AFILIATS AL RÈGIM GENERAL DE LA SEGURETAT SOCIAL AL COMERÇ DE BARCELONA 1998-2006

	1998	2002	2006	Variació 2006/1998	
				en nombre	%
Engròs	51067	57637	57669	6602	12,93
Detall	60826	68979	80772	19946	32,79
Total	111893	126616	138441	26548	23,73

Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

En conjunt, el comerç ha generat més de 26.000 nous llocs de treball durant els nou anys analitzats, amb un increment acumulat del 23,7%. És el comerç minorista el que ha registrat un augment més gran en incorporar, pràcticament, 20.000 nous assalariats. Aquesta xifra permet assolir en aquest període un important creixement del 32,8%, exponent del dinamisme del sector. Per la seva banda, el comerç a l'engròs experimenta un increment del 12,9%, que posa de manifest la seva solidesa. Totes dues branques van seguir una tendència molt similar fins al 2003, però a partir d'aquell any el comerç al detall manté i fins i tot intensifica la creació d'ocupació, mentre que en el majorista aquesta variable s'estabilitza.

Dimensió empresarial al sector comercial

El contrast entre el lleuger descens del nombre de centres de cotització i l'important creixement del nombre de treballadors del comerç al llarg del període 1998-2006 respon a l'actual procés de transformació i concentració empresarial que viu el sector, que s'ha traduït en un increment de la dimensió dels establiments. Efectivament, si l'any 1998 la mitjana del comerç de la ciutat era de 5,7 assalariats per centre de cotització, l'any 2006 s'havia passat a 7,5, la qual cosa representa un increment del 32,3%.

AFILIATS PER CENTRE DE COTITZACIÓ AL RÈGIM GENERAL DE LA SEURETAT SOCIAL AL COMERÇ DE BARCELONA 1998-2006

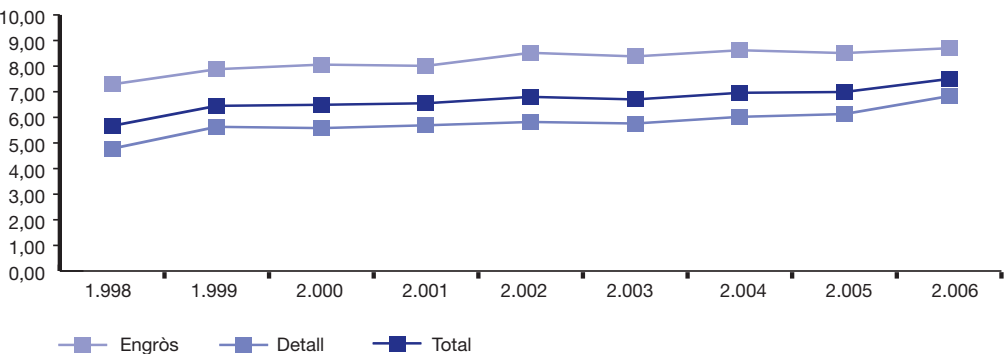
	1998	2002	2006	Variació 2006/1998	
				en nombre	%
Engròs	7,29	8,62	8,70	1,41	19,32
Detall	4,78	5,78	6,83	2,05	43,00
Total comerç	5,67	6,80	7,50	1,83	32,33

Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

El creixement de la dimensió mitjana que ha assolit el comerç al detall ha estat important, i supera els 2 treballadors afiliats per centre de cotització. El sector majorista registra un augment lleugerament inferior: 1,4 treballadors. Aquestes dades reflecteixen el més fort ritme de creació d'ocupació del comerç al detall, que es tradueix en una variació a l'alça d'aquesta ràtio del 43% durant el període analitzat.

L'any 2006, la grandària mitjana dels establiments majoristes (8,7 treballadors assalariats per centre de cotització) segueix superant la dels minoristes (6,8). Per tant, el comerç a l'engròs manté una dimensió empresarial superior al minorista -com ha succeït tradicionalment-, però les diferències en aquest àmbit tendeixen a reduir-se.

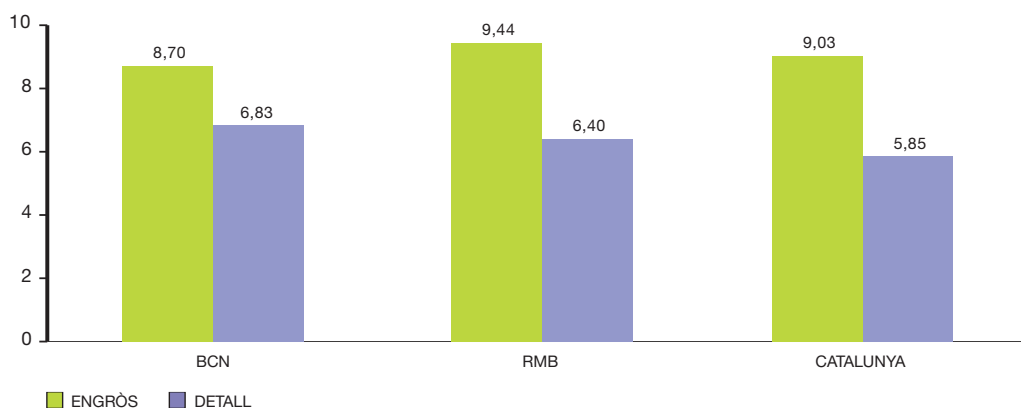
AFILIATS PER CENTRE DE COTITZACIÓ AL COMERÇ DE BARCELONA



Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

En definitiva, es constata que el dinamisme comercial i la cerca de millores competitives han portat a una racionalització del sector que es tradueix en una dimensió més gran dels establiments dedicats a aquesta activitat.

ASSALARIATS PER CENTRE DE COTITZACIÓ AL COMERÇ 2006



Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Durant el període 2001-2006, la tendència descrita a l'increment del nombre d'assalariats per centre de cotització s'observa també a la regió metropolitana i en el conjunt de Catalunya, on es manifesta amb més intensitat en el comerç a l'engròs que en el minorista. L'any 2006, el valor d'aquest indicador en el comerç majorista és més elevat a la regió metropolitana barcelonina i a Catalunya (9,4 i 9 afiliats, respectivament) que a Barcelona, mentre que en la branca del comerç al detall la ciutat és l'àmbit amb més grandària mitjana de les empreses, amb un assalariat més per centre que la mitjana dels minoristes catalans.

6. VALORACIÓ QUALITATIVA DEL COMERÇ

6.1. Enquesta d'opinió sobre el comerç mitjançant l'Òmnibus Municipal

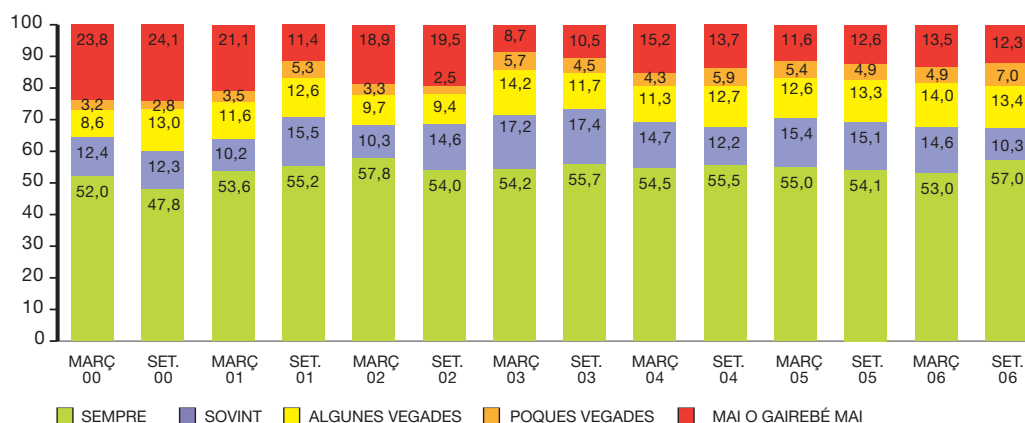
L'Òmnibus Municipal, mitjançant entrevista als ciutadans i ciutadanes de Barcelona, dóna a conèixer la seva opinió sobre el comerç a la ciutat i els seus hàbits de compra.

En aquest apartat s'analitzen els resultats de l'enquesta, que s'efectua amb entrevista telefònica i en quatre períodes: març, juny, setembre i desembre, sobre una mostra de mil entrevistes en cada període entre la població de Barcelona de majors de 16 anys.

Els resultats de l'enquesta del setembre del 2006, quant a la compra de productes quotidians, les dades continuen sent similars a les de darreres consultes; en concret, el 87,7% dels entrevistats fa la compra dels productes quotidians de casa seva. D'aquests, el 57,0% la fa sempre, el 10,3% sovint, el 13,4% algunes vegades, i el 7,0% de forma esporàdica.

VOSTÈ PERSONALMENT ACOSTUMA A FER LES COMPRES DE CASA SEVA?

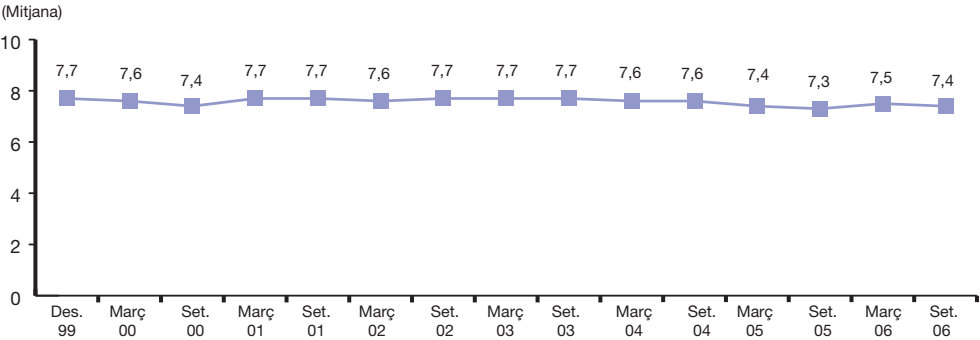
(%)



El 92,6% de les dones acostumen anar a comprar normalment, i el 72,4% sempre. Pel que fa als homes, el 79,6% diu que hi van normalment, i el 31,2% sempre; i els joves són els que menys hi van: el 74,5%, tot i que respecte a l'any anterior hi ha un augment de 8,20 punts.

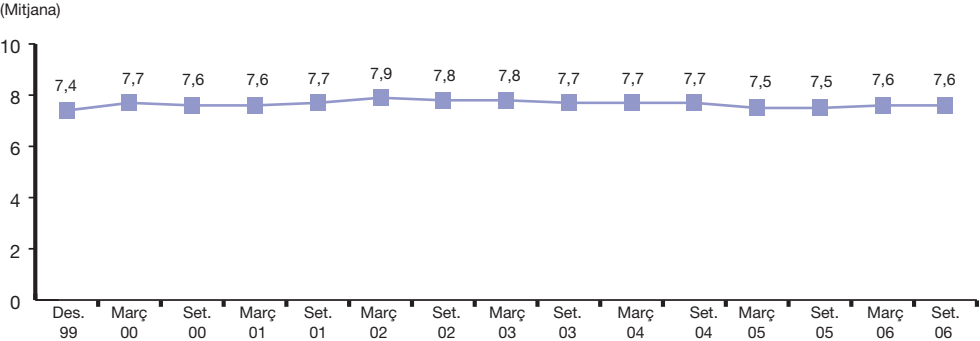
Quant a l’oferta comercial de Barcelona, el grau de satisfacció de les persones que fan la compra és de 7,4 sobre 10. En aquest darrer any ha augmentat una dècima. Concretament, el 25,1% n’estan molt satisfetes, el 48,9% bastant, el 19,3% regular, i el 5,4% poc.

GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE A L’OFERTA COMERCIAL DE BARCELONA (N=877)
(només per als qui acostumen a fer les compres de casa seva)



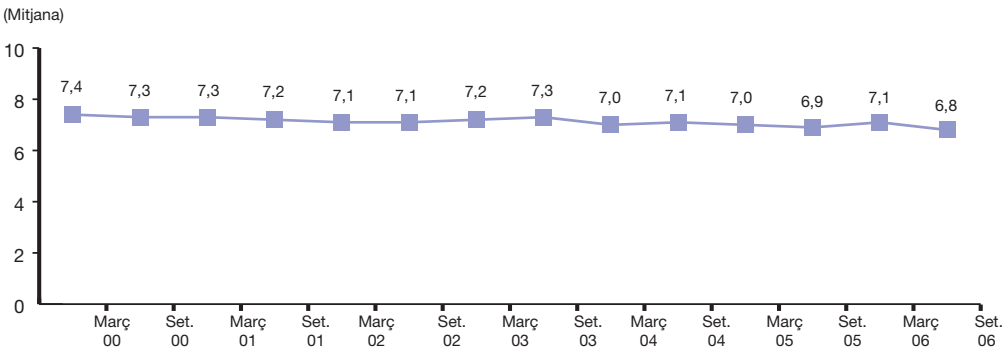
El grau de satisfacció respecte dels horaris comercials obté l’any 2006 un 7,6 de mitjana. En concret, el 26,8% estan molt satisfets, el 53,8% bastant, el 14,6% regular, i el 4,3% no gaire. En aquest cas el grau de satisfacció amb els horaris comercials no varia.

GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE ALS HORARIS DEL COMERÇ DE BARCELONA (N=877)
(només per als qui acostumen a fer les compres de casa seva)



L’atenció personal per part dels comerciants obté una mitjana de 6,8. En concret, el 14,1% se senten molt satisfets, el 43,7% bastant, el 32,2% regular, i el 8,2% insatisfets.

GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE A L'ATENCIÓ PERSONAL (N=873)
(només per als qui acostumen a fer les compres de casa seva)



Els tipus d’establiments on més ben atesos se senten els barcelonins són la botiga de barri i la botiga especialitzada, amb el 54,4%, i en ordre decreixent seguirien el mercat municipal (19,5%), el supermercat (14,7%), els grans magatzems (3,9%), els centres comercials (2,7%) i l’hipermercat (2,2%).

EN QUIN TIPUS D'ESTABLIMENT L'ATENEN MILLOR?
(només per als qui acostumen a fer les compres de casa seva)

	Març 00	Set. 00	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06
A la botiga de barri	49,7	53,2	50,2	51,6	53,8	52,4								
A la botiga especialitzada	4,2	4,0	5,1	7,8	5,7	7,3								
A la botiga de barri / botiga especialitzada						42,9	52,9	58,3	52,3	55,8	51,0	53,4	54,4	
Al mercat municipal	19,3	15,9	12,3	15,9	16,8	14,0	27,3	18,9	16,3	17,6	20,2	20,0	22,2	19,5
Al supermercat	16,9	16,7	16,9	11,9	13,8	14,2	19,5	14,3	12,9	15,9	15,3	16,0	12,7	14,7
A l'hipermercat	1,3	1,6	1,1	0,8	1,2	2,0	1,7	1,6	1,2	2,3	0,5	1,1	1,6	2,2
Al gran magatzem	2,5	2,6	5,7	3,6	3,1	3,7	0,9	4,3	3,8	3,4	2,5	2,4	2,5	2,7
Als grans centres comercials	1,6	2,2	3,4	1,5	0,7	1,6	3,0	2,9	2,7	3,2	1,9	4,2	4,3	3,9
Altres	0,9	1,8	2,0	5,2	1,0	2,4	1,7	1,5	2,8	2,2	2,2	0,6	1,6	0,6
NS-NC	3,5	1,8	3,3	1,8	3,9	2,4	3,0	3,7	2,1	3,1	1,7	4,6	1,6	2,1
N	(762)	(759)	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)	(883)	(873)	(865)	(877)

Els compradors valoren sobretot l'honradesa (95,8%), el tracte personal (93,8%) i la professionalitat (93,4%). Tots els actes proposats continuen sent molt valorats.

QUAN VA A COMPRAR, DEL TRACTE QUE REP, COM VALORA...

	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06
L'honoradesa	97,1	96,6	96,3	95,3	94,5	93,4	95,6	95,6	96,8	95,9	95,6	95,8
La professionalitat	96,3	95,1	93,6	92,3	92,0	91,9	94,8	94,3	95,1	95,6	94,6	93,8
El tracte que rep	94,3	93,5	93,8	93,8	95,0	94,5	93,0	94,1	95,1	93,7	92,7	93,4
Assessorament producte	92,0	86,1	85,6	84,2	82,7	85,9	83,0	87,5	84,4	87,5	85,1	86,4
La rapidesa	92,1	88,6	88,9	86,2	85,3	85,0	83,8	89,1	88,3	86,7	85,5	84,8
N	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)	(883)	(873)	(865)	(877)

Hàbits de compra

Els **aliments** s'acostumen a comprar en primer lloc al supermercat (47,3%), que és seguit del mercat municipal (29,3%) i de la botiga de barri / especialitzada (16,2%).

Les dones i les persones grans van més al mercat, i els homes, al supermercat. Els joves tendeixen a anar més al supermercat, i els de 45 a 54 anys, a l'hipermercat.

EN QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR ELS ALIMENTS?

	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06
Al supermercat	41,3	43,9	48,9	43,2	43,9	43,7	49,0	50,7	52,0	52,3	51,8	47,3
Al mercat municipal	34,4	28,6	29,0	25,1	33,1	30,8	27,4	24,8	26,5	27,0	24,9	29,3
A la botiga del barri / especialitzada	16,6	17,5	14,1	21,9	15,8	16,7	15,6	16,3	13,3	13,1	15,0	16,2
A l'hipermercat	3,5	5,0	5,2	4,7	3,0	3,6	4,6	4,3	3,9	3,8	4,5	4,1
Als centres comercials	2,0	2,7	1,7	2,2	2,5	3,2	1,3	1,9	2,5	2,1	2,3	1,5
Al gran magatzem	1,2	1,5	0,8	2,0	1,5	1,3	0,7	1,6	1,2	1,5	0,8	1,0
Altres	0,9	0,2	0,1	0,3	0,0	0,2	0,0	0,0	0,2	0,1	0,2	0,0
NS-NC	0,7	0,6	0,2	0,6	0,2	0,5	1,4	0,4	0,4	0,1	0,5	0,6
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

Amb relació al sistema utilitzat per anar a comprar, majoritàriament és a peu, un 82,9%; amb transport privat, un 11,1%, i amb transport públic, un 4,9%.

Els **productes d'ús quotidià** (no aliments) se solen comprar majoritàriament al supermercat (61,6%), que va seguit seguit de la botiga de barri / especialitzada (21,2%).

EN QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR ELS ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ (NO ALIMENTS)?

	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06
Al supermercat	61,9	55,5	55,1	44,1	58,3	56,2	62,3	55,9	61,7	58,1	57,9	61,6
A la botiga del barri / especialitzada	24,4	27,1	29,9	36,8	26,7	26,2	23,7	26,4	21,9	26,1	25,9	21,2
A l'hipermercat	4,5	6,5	6,0	6,1	4,3	5,8	6,1	5,9	5,5	4,9	6,0	5,4
Al gran magatzem	2,1	2,6	2,0	5,2	3,1	3,3	2,3	1,9	2,5	3,6	3,1	5,4
Als centres comercials	3,0	4,3	2,9	3,8	4,4	4,9	1,3	4,1	4,1	3,3	3,6	3,3
Al mercat municipal	2,4	2,8	3,6	3,0	2,8	2,8	2,6	5,2	3,4	3,1	1,8	1,9
Altres	1,0	0,2	0,1	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1	0,5	0,3	0,2	0,1
NS-NC	0,7	1,0	0,4	0,7	0,3	0,7	1,5	0,5	0,4	0,6	1,5	1,1
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

El transport més utilitzat és anar a peu, amb el 79,7%; seguit del transport privat, el 12,5%, i el transport públic, el 5,8%.

La **roba i el calçat** es compren principalment a la botiga de barri / especialitzada (61,7%), i amb diferència segueixen els centres comercials (23,2%) i el gran magatzem (11,4%).

EN QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR LA ROBA I EL CALÇAT?

	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06
A la botiga del barri / especialitzada	73,5	71,3	75,2	69,1	72,3	60,7	65,5	63,3	67,4	65,6	60,4	61,7
Als centres comercials	11,0	12,9	9,3	13,2	12,9	18,2	19,8	18,5	17,4	17,1	22,4	23,2
Al gran magatzem	11,4	11,5	10,3	12,0	11,1	12,1	9,3	12,4	10,2	12,0	11,7	11,4
Al mercat municipal	0,9	1,0	1,1	0,8	0,7	1,4	1,4	1,1	0,8	1,2	0,4	1,3
A l'hipermercat	1,1	1,3	1,5	1,0	1,2	1,9	1,4	1,6	1,6	1,0	1,3	0,7
Al supermercat	0,2	0,0	0,7	0,8	0,2	0,5	0,3	0,9	0,4	0,4	0,4	0,3
Altres	1,0	1,0	0,4	2,0	0,3	2,2	0,7	1,0	1,3	1,8	1,6	0,5
NS-NC	0,9	1,0	1,5	1,1	1,3	3,0	1,6	1,2	0,9	0,9	1,8	0,9
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

Quant al transport utilitzat, el 54,5% van a peu, el 26,1% amb transport públic i el 18,2% amb transport privat.

Per als **productes de paraments de la llar** també es prefereix la botiga de barri / especialitzada, amb el 59,8%, els centres comercials el 16,4%, el gran magatzem l'11,1%, el supermercat el 4,5% i l'hipermercat el 3,4%.

EN QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR ELS PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR?

[illegible]

Per fer la compra d'aquests productes, el 56,2% diuen anar a peu, el 20,7% amb transport públic, i el 19,3% amb transport privat.

I, finalment, la compra dels **productes d'oci i cultura** s'acostuma a fer majoritàriament a les botigues de barri / especialitzada (58,1%), que van seguides dels centres comercials (21,2%), el gran magatzem (11,9%) i l'hipermercat (1,5%).

EN QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR ELS PRODUCTES D'OCI I CULTURA?

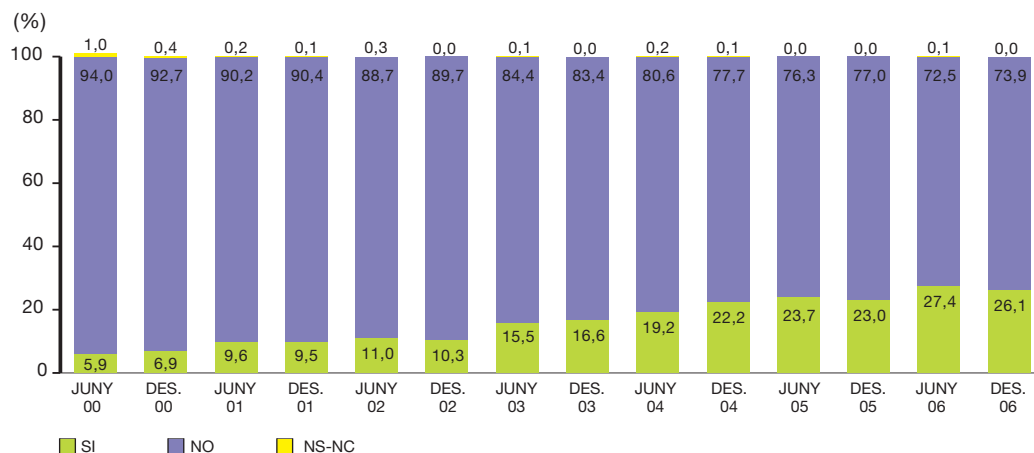
[illegible]

De les zones comercials, la varietat és l'aspecte més valorat (el 47,0%). També es té en compte la proximitat (el 14,0%), el preu (el 8,8%), el tracte al client (el 7,0%), la concentració de botigues (el 7,0%), la qualitat de productes (el 5,9%), el tipus de productes (5,2%) i el tipus de botigues (5,0%).

Comprar per internet

Dels consultats, un 26,1% ha comprat alguna vegada per Internet. Ho fan més els homes (el 52,1%), les persones de 25 a 34 anys (el 47,0%) i les que tenen un alt nivell d'estudis (el 45,5%) que les d'altres sectors de la població. Dels consultats que han comprat per Internet, el 69,7% ho ha fet de forma ocasional. L'augment del fet de fer la compra per Internet és progressiu.

HA COMPRAT ALGUNA VEGADA ALGUNA COSA A TRAVÉS D'INTERNET?



Per Internet les compres més freqüents són les relacionades amb el lleure (82,0%), que inclouen: viatges (41,4), llibres (16,5), música (9,2), entrades per a espectacles (8,8) i altres productes o serveis d'oci (6,1%).

**QUIN TIPUS DE PRODUCTE ACOSTUMA A COMPRAR PER INTERNET?
(NOMÉS PER ALS QUI HAN COMPRAT ALGUNA VEGADA PER INTERNET) (MULTIRESPOSTA).**

	Juny 01	Des.01	Juny02	Des.02	Juny03	Des.03	Juny04	Des04	Juny05	Des.05	Juny06	Des.06
Lleure en general	79,2	73,7	61,8	71,8	71,6	69,3	77,1	76,6	83,2	79,6	82,5	82,0
Viatges	17,7	21,1			21,3	22,3	41,7	36,0	41,4	36,5	42,3	41,4
Llibres	34,4	29,5			23,9	18,7	10,4	18,5	12,2	13,5	18,6	16,5
Música	19,8	21,1			14,2	12,7	8,3	5,9	11,4	10,4	8,8	9,2
Entrades espectacles					5,8	11,4	11,5	8,6	11,0	9,6	8,8	8,8
Altres lleures	7,3	2,1			6,5	4,2	5,2	7,7	7,2	9,6	4,0	6,1
Informàtica i telefonia	12,5	10,5	5,5	1,9	14,8	16,9	13,5	11,3	7,6	23,0	16,8	17,2
Aliments	19,8	25,3	27,3	30,1	22,6	21,7	14,6	21,6	23,2	13,0	11,7	15,7
Roba, calçat	3,1	2,1	4,5	1,0	4,5	4,2	3,6	4,1	5,5	7,4	6,2	5,7
Altres productes												
Quotidians	6,3	7,4	5,5	8,7	7,7	6,6	4,2	5,9	7,6	3,5	4,0	4,2
Parament de la llar		2,1	2,7	4,9	0,6	4,8	2,6	3,6	2,1	3,5	2,6	1,5
Per al cotxe					1,3	0,6					0,0	0,0
Altres	17,7	10,5	8,2	1,9	3,9	2,4	2,1	2,7	3,0	3,0	10,2	6,5
NS/NC			0,9				0,5	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0
N	(96)	(95)	(110)	(103)	(155)	(166)	(192)	(222)	(237)	(230)	(274)	(261)

La compra de productes i serveis d'oci continua sent la més freqüent a Internet, i a força distància de la compra d'altres productes. El gran increment amb la compra de productes de lleure s'ha produït amb la de viatges, que ha passat del 21,1% al 41,4% el desembre del 2006.

6.2. Enquesta sobre l'activitat del sector comercial de Barcelona

L'any 2006, l'Enquesta sobre l'activitat del sector comercial de la ciutat de Barcelona dona a conèixer les característiques dels establiments comercials i l'opinió dels seus responsables sobre l'activitat comercial. S'han fet 2.100 entrevistes, repartides en tres onades: del 7 al 23 de març (primera onada), del 15 de juny al 7 de juliol (segona onada), i del 24 d'octubre al 13 de novembre (tercera onada).

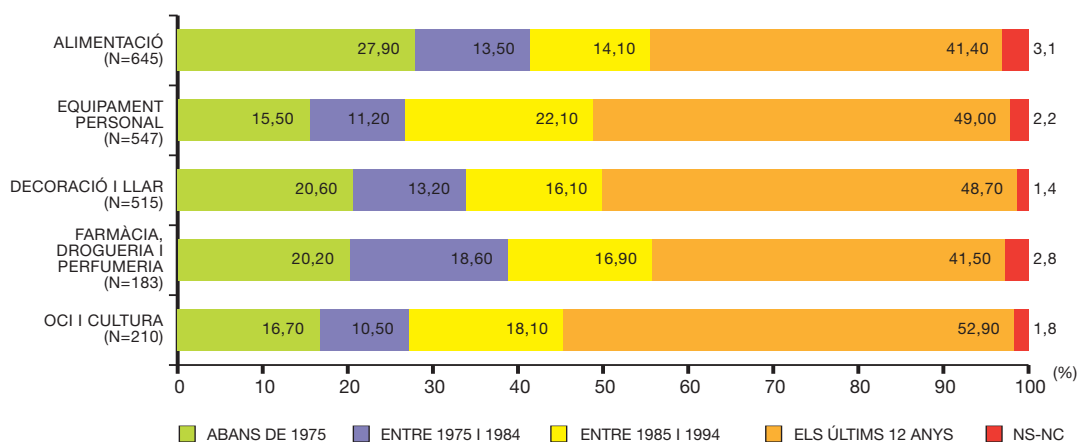
Els sectors enquestats són els següents:

- Alimentació (30,7%)
- Equipament personal (26%)
- Decoració i llar (24,5%)
- Oci i cultura (10%)
- Farmàcia, drogueria i perfumeria (8,7%)

Les característiques dels establiments respecte a l'any 2005 mantenen una continuïtat, i els principals aspectes són els següents:

El 30,8% dels establiments han iniciat el seu negoci des del 2000; el 45% ho ha fet en l'últim quart del segle XX, i el 21,1%, abans. Els establiments d'oci i cultura són els negocis més recents, mentre que els de l'alimentació són els que tenen més anys.

ANY D'OBERTURA DE L'ESTABLIMENT



El 35,4% dels establiments entrevistats estan associats, i el 47,7% dels establiments que pertanyen a un eix comercial estan associats.

Principals associacions per sectors comercials

ALIMENTACIÓ

Gremi Flequers (12,1%)
 Gremi Detallistes de Fruïtes i Hortalisses (9,4%)
 Gremi Detallistes Peix Fresc i Congelat (9,0%)
 Gremi Detallistes i Autoserveis d'Alimentació de Barcelona Prov. (7,7%)

EQUIPAMENT PERSONAL

Gremi Joiers, Rellotgers i Argenters (7,9)
 SACC Sant Antoni Centre (6,8%)
 Federació Associació Comerç Nou Barris (4,7%)
 Associació Comerciants C. Sants (4,7%)
 Eix Comercial Sant Andreu (4,2%)
 Associació Comerç Sarrià (4,2%)

FARMÀCIA, DROGUERIA I PERFUMERIA

Gremi Perfumeria, Drogueria, Bricolatge (17,6%)
 Gremi Herbolaris i Dietètica Catalunya (11,7%)
 Gremi Perfumeria i Cosmètica (7,8%)
 Associació Veïns i Comerciants Creu Coberta (5,9%)
 Cor d'Horta (3,9%)

DECORACIÓ DE LA LLAR

Gremi Provincial Comerç Mobles de Barcelona (12,3%)
 Gremi Comerciants Ferreteria Catalunya (11,2%)
 Gremi Floristes de Catalunya (7,8%)
 SACC Sant Antoni Centre Comercial (6,7%)
 Agrupació Comerciants Electrodomèstics (5,0%)

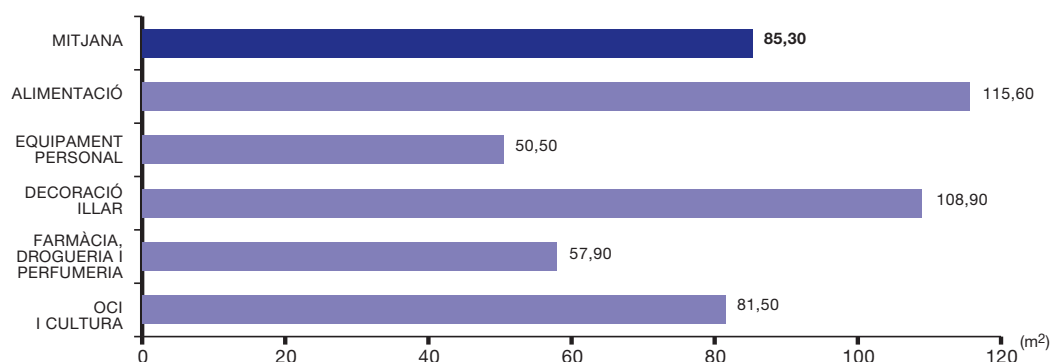
OCI I CULTURA

Gremi / Associació Venedors de Premsa (37,4%)
 Gremi Llibreters de BCN i Catalunya (22%)
 SACC Sant Antoni Centre Comercial (6,6%)
 Gremi Filatèlics (5,5%)
 Eix Comercial Sant Andreu (3,3%)

El model de franquícies no és pas característic del comerç de la ciutat, atès que nomès el 2,1% dels establiments visitats té una franquícia; el 44,4% d'aquestes franquícies representa el subsector de l'*alimentació*, i el 31,1%, el subsector de l'*equipament personal*. Quant als negocis que tenen una central de compres, aquí també el percentatge és baix, el 4,1%. Són els subsectors de *farmàcia, drogueria i perfumeria* i el de decoració de la *llar* els que en aquesta ocasió utilitzen més aquest sistema de proveïment, el 9,3% i el 7% dels seus establiments, respectivament.

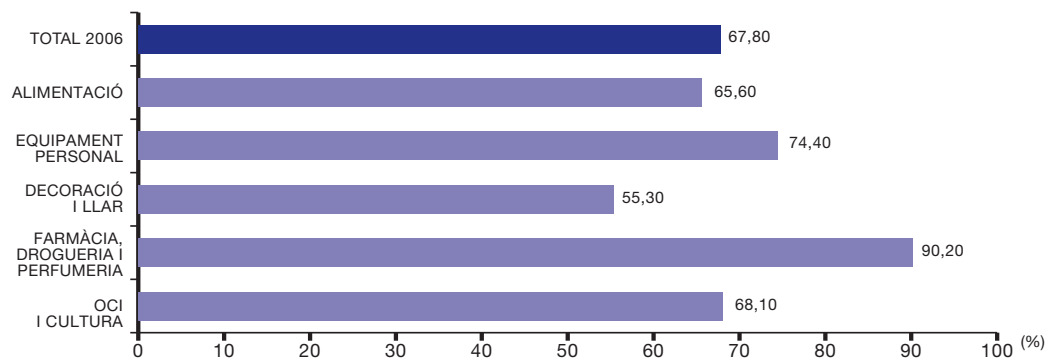
La superfície mitjana de la sala de vendes dels establiments és de 85,3 m²; les superfícies més grans són dels subsectors d'alimentació (115,6 m²) i de la decoració de la llar (108,9 m²).

SUPERFÍCIE MITJANA DE LA SALA DE VENDES (PARADES DE MERCAT NO INCLOSES)



L'any 2006, quant al règim de tinença dels locals, el 67% són llogats, el 18,2% són de propietat i l'11,5% són parades de mercat en règim de concessió municipal. El subsector de farmàcia, drogueria i perfumeria és el que té més establiments de propietat (26,8%), i el d'equipament personal, el que té més locals de lloguer (77,5%). Cal destacar que la tendència des del 2002 és a l'augment dels locals llogats i a la disminució dels de propietat.

El 73,5% dels comerços tenen un sistema de venda assistida, majoritàriament d'equipament personal (84,6%) i decoració de la llar (80,6%); el 19,2%, un sistema de lliure servei assistit (sistema mixt), l'oci i cultura (45,7%); i el 7,2%, un sistema de lliure servei, l'alimentació (13,5%).

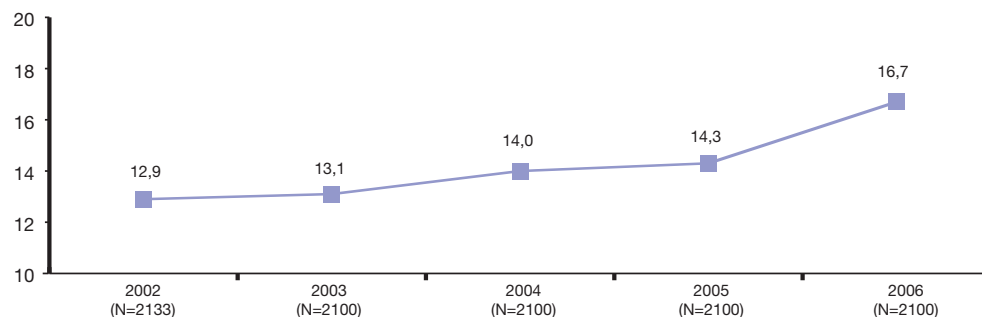
NOMBRE DE CAIXES REGISTRADORES PER SECTOR COMERCIAL

El 47,7% dels comerços tenen la gestió informatitzada. Els subsectors més informatitzats són el de farmàcia, drogueria i perfumeria (69%) i el de decoració de la llar (58,1%); els segueixen el d'equipament personal (49,2%), el d'oci-cultura (44,3%) i el d'alimentació (32,9%).

Actualment, un 16,7% disposen de pàgina web, que principalment són webs informatives; però també un 34% d'aquestes ofereixen un servei de venda a particulars, i un 6,6%, una possibilitat de compra i venda amb altres empreses.

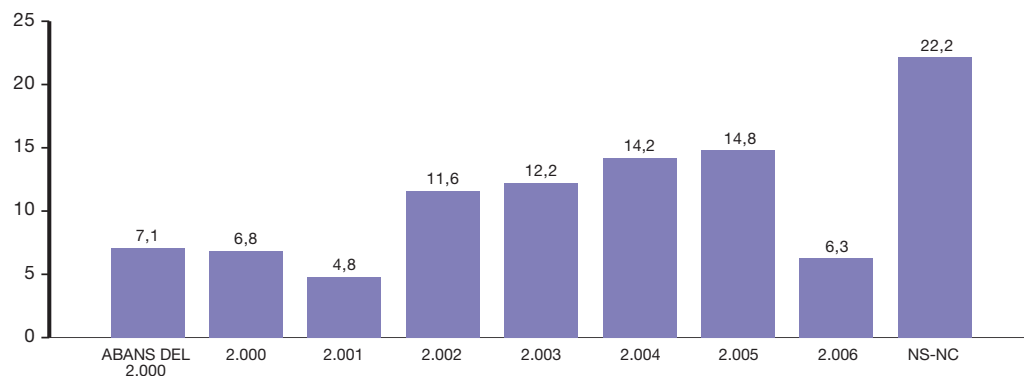
EVOLUCIÓ DE LES PÀGINES WEB

(Mitjana)



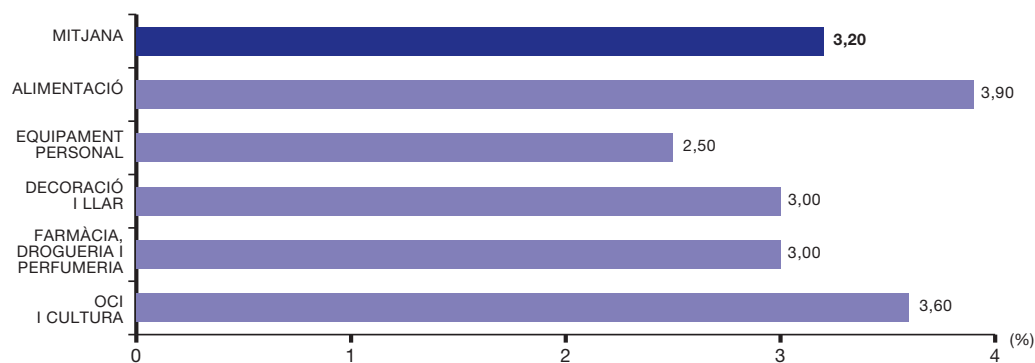
ANY D'IMPLANTACIÓ DE LA PÀGINA WEB

(%)



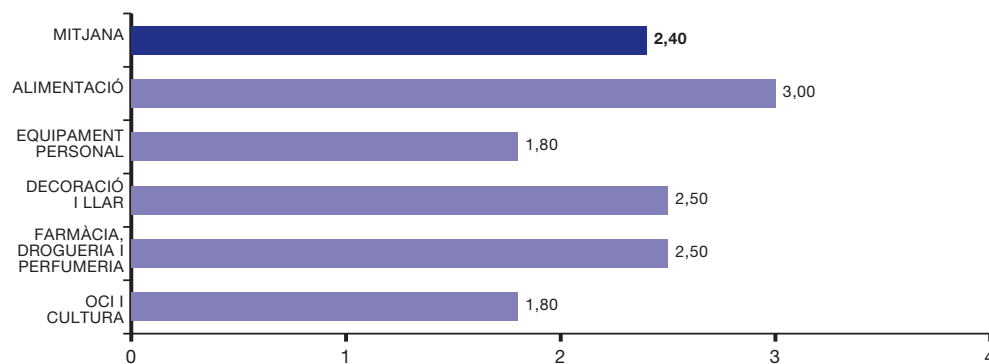
El personal

La mitjana de persones que treballen en un establiment és de 3,2. El sector de l'alimentació manté la mitjana més alta, amb 3,9; el de farmàcia, drogueria i perfumeria i el de decoració de la llar, amb 3; i finalment els establiments d'equipament personal, amb 2,5.



La mitjana de persones que treballen en un establiment a temps complet és de 2,4, i el sector de l'alimentació també manté la mitjana més alta, amb 3.

NOMBRE DE PERSONES QUE TREBALLEN A TEMPS COMPLET (MITJANA)

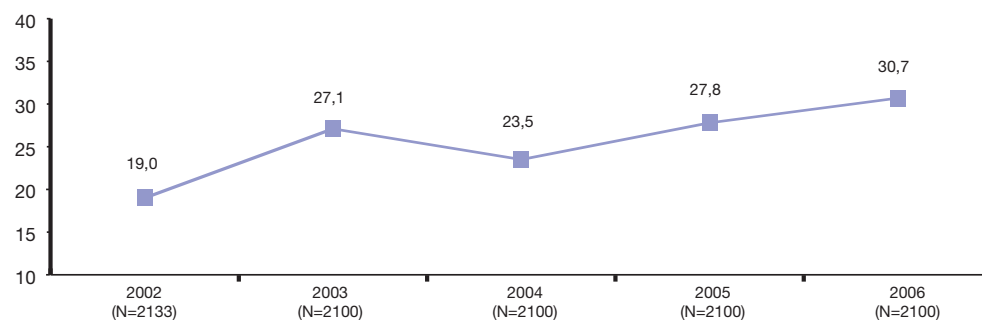


El 61,2% de les persones que treballen en aquests sectors són dones, i el 38,7%, homes; d'entre 25 i 44 anys i amb un nivell d'estudis majoritari de primaris i secundaris. El 93,4% dels propietaris dels comerços són de nacionalitat espanyola i el 6,6% són estrangers, la nacionalitat majoritària dels quals és la pakistanesa, seguida de la xinesa.

El 30,7% dels establiments té personal que ha fet algun curs de formació els dos darrers anys. I el 34,4% del total de treballadors diuen haver fet algun curs durant aquests anys.

EVOLUCIÓ CURSOS DE FORMACIÓ EN ELS ÚLTIMS DOS ANYS

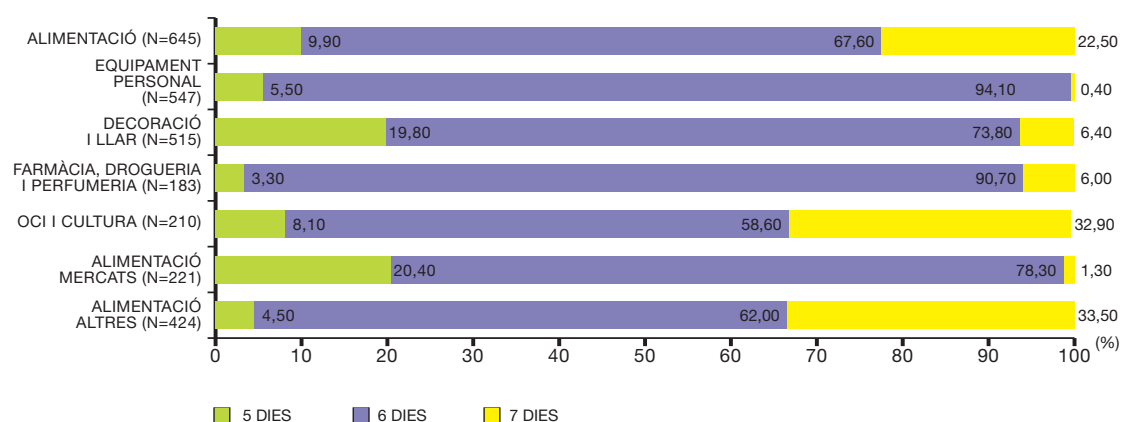
(Mitjana)



Els horaris i les vendes

Pràcticament tots els establiments obren de dimarts a divendres. El 77,1% dels establiments treballen sis dies a la setmana, normalment de dilluns a dissabte (76,5%).

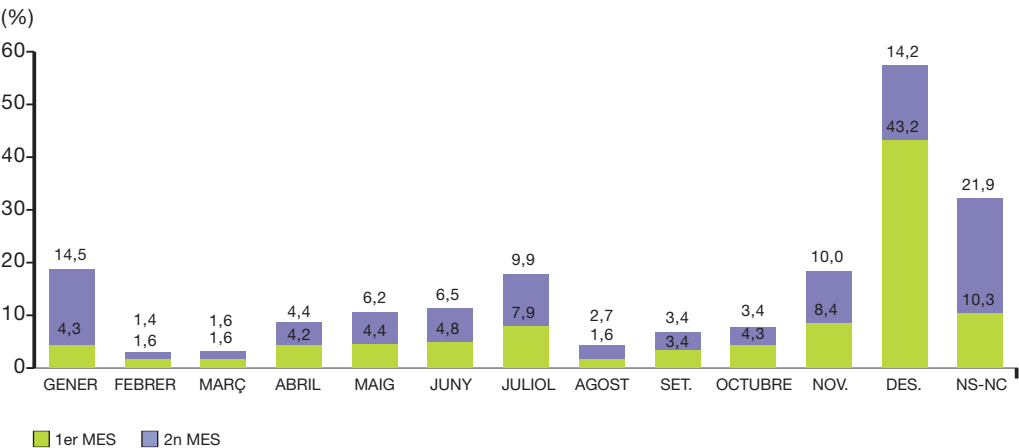
NOMBRE DE DIES QUE OBRE L'ESTABLIMENT A LA SETMANA PER SECTOR COMERCIAL



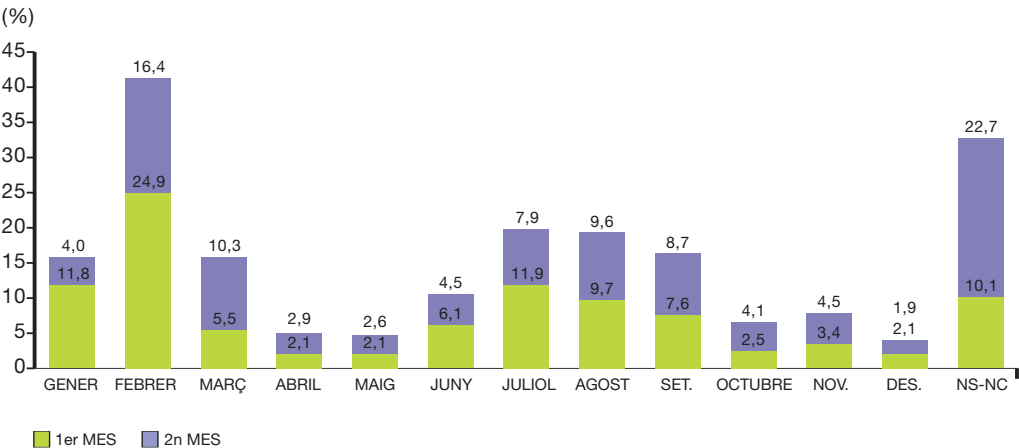
De dilluns a divendres, el més habitual és fer horari partit (70,1%), un 21,8% dels comerços fan jornada contínua, i un 7,7% només treballen al matí (és el cas dels mercats).

El desembre és el mes en què es ven més (57,5%), i el febrer, aquell en què es ven menys (41,2%).

MESOS DE MÉS VENDA DE L'ESTABLIMENT



MESOS DE MENYS VENDA DE L'ESTABLIMENT



El divendres és el dia de la setmana que es ven més, seguit del dissabte. I el dimarts és el dia que es ven menys. I les franges horàries de més venda són de 12.00 a 14.00 hores i de 19.00 a 20.00 hores.

DIA DE LA SETMANA QUE ES VEN MÉS PER SECTOR COMERCIAL.

Total 2006	1er dia	2on dia
Total	Divendres	Dissabte
Alimentació	Divendres	Dissabte
Equipament personal	Dissabte	Divendres
Decoració i llar	Dissabte	Divendres
Farmàcia, drogueria i perfumeria	Divendres	Dilluns
Oci i cultura	Dissabte	Divendres

DIA DE LA SETMANA QUE ES VEN MENYS PER SECTOR COMERCIAL.

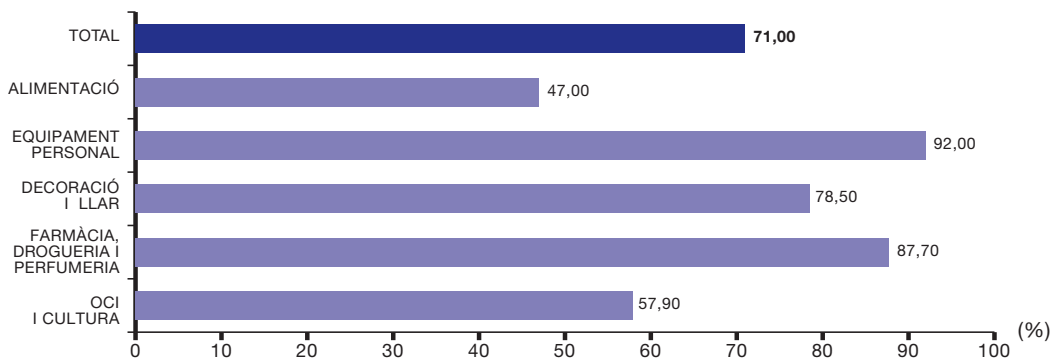
Total 2006	1er dia	2on dia
Total	Dimarts	Dimecres
Alimentació	Dimecres	Dilluns
Equipament personal	Dimarts	Dilluns
Decoració i llar	Dilluns	Dimarts
Farmàcia, drogueria i perfumeria	Dimecres	Dimarts
Oci i cultura	Dimarts	Dimecres

Els serveis

El 71% dels comerços disposen del servei de pagament amb targetes, amb majoria el subsector d'equipament personal (92%).

El 42,8% tenen servei de comandes per telèfon, i el 36,1% ofereixen el servei de lliurament a domicili, servei que és més habitual en els sectors de decoració de la llar (64,8%) i d'alimentació (44,2%).

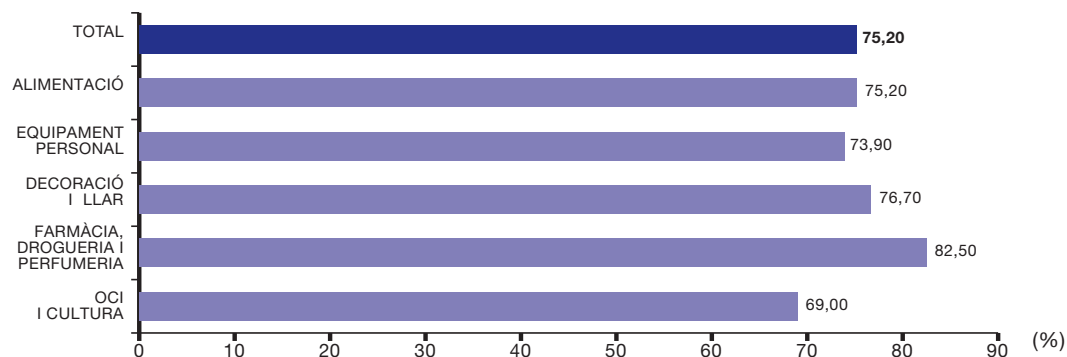
SERVEI DE PAGAMENT AMB TARGETA PER SECTOR COMERCIAL.



Opinió sobre la conjuntura

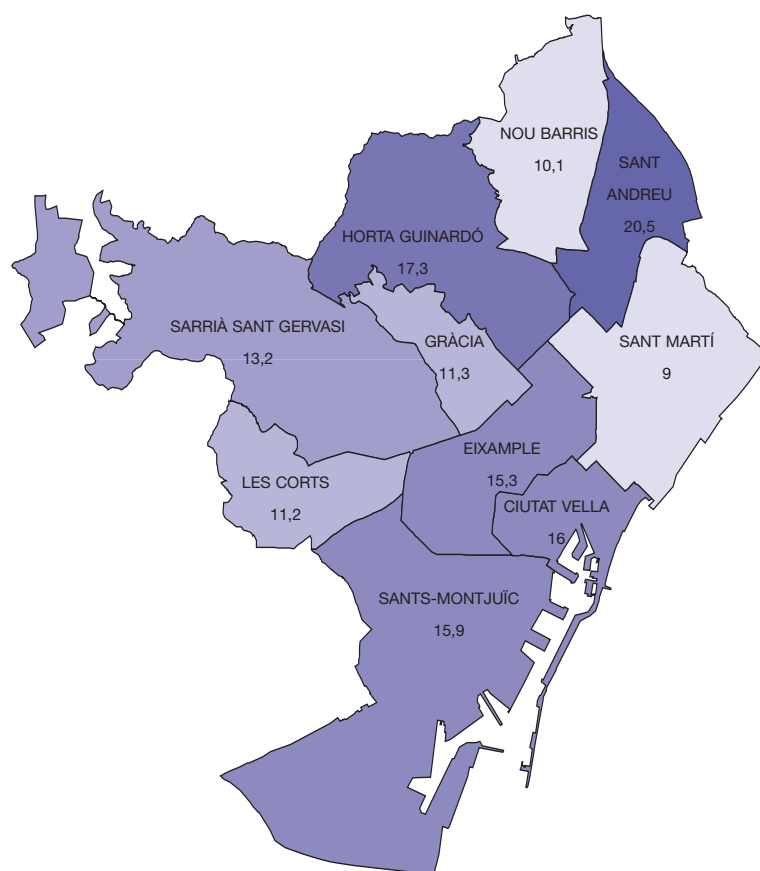
El 75,2% dels responsables dels comerços entrevistats estan molt/bastant o normalment satisfets de la marxa del seu negoci, i aquesta satisfacció es tradueix en una nota mitjana de 3,1 sobre 5 per al conjunt de la ciutat. El 18,4% diuen que el seu negoci s'ha incrementat; el 45,3%, que s'ha mantingut, i el 30,6%, que ha disminuït.

SATISFACCIÓ RESPECTE A LA MARXA DEL NEGOCI PER SECTOR COMERCIAL (TOTAL 2006) (MOLT SATISFET, BASTANT SATISFET I NORMAL).



Els entrevistats que consideren que el seu negoci ha crescut, estimen aquest creixement amb un 14,2% de mitjana per al conjunt de la ciutat. Curiosament, districtes menys optimistes com Sant Andreu i Horta-Guinardó presenten estimacions d'increments més alts.

**ESTIMACIÓ DEL PERCENTATGE DE CREIXEMENT DEL NEGOCI
(NOMÉS PER ALS QUE DIUEN QUE EL SEU NEGOCI S'HA INCREMENTAT)
(TOTAL 2006 N = 386).**



Els factors que més poden contribuir a la bona marxa del negoci són els següents:

	Total 2006
Bona atenció client/professionalitat	13,6
Millora barri/zona/obres públiques	9,1
Qualitat/marques conegudes	8,8
Millores econòmiques generals/estabilitat econòmica	5,3
Millora poder adquisitiu	5,0
Disminució grans superf./centres comerc./grans magatzems	4,7
Millorar serveis	4,5
Regulació noves obertures	4,2
Publicitat	4,1
Facilitat aparcament/millorar accessos	4,1
Baixar preus	3,7
Millor tractament fiscal/impuestos	3,2
Més gent jove/més gent/gent nova	3,1
Increment turisme	2,9
Llibertat horaris/obertura diumenge	2,5
Reforma botiga	2,4
Disminució delinqüència/inseguretat ciutadana	2,4
Foment petit comerç/subvencions	2,3
Més habitatges/oficines zona/nous habitatges	1,9
Més varietat assortiment botigues	1,9
Canvis hàbits compra/consum	1,7
Més comerços/increment comerços zona	1,5
Aspectes polítics o socials	1,3
Transport públic	0,9
Qüestions climàtiques	0,5
Disminució preus proveïdors	0,3
Increment preus venda	0,0
Altres	1,2
Cap concret/cap factor/no hi ha futur	14,0
NS-NC	12,0

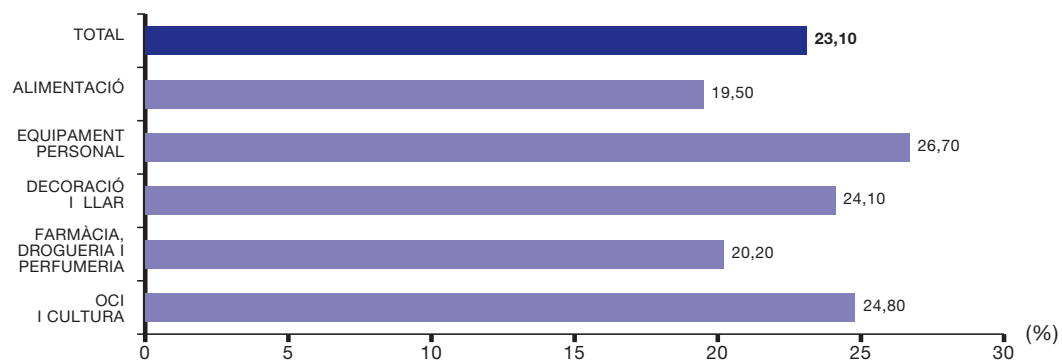
I els factors que poden contribuir negativament són els següents:

	Total 2006
Més comerços/increment comerços zona/més competència	15,0
Augment grans superf./centres comerc./grans magatzems	13,7
Competència illegal	10,5
Reforma barri/degradació zona	7,3
Recessió econòmica/empitjorament econòmic	7,3
Empitjorament poder adquisitiu	7,2
Augment delinqüència/inseguretat ciutadana	6,9
Manca aparcament/accessos	4,8
Tractament fiscal/impostos	4,3
Llibertat horaris/obertura diumenge	3,6
Mala atenció client/manca professionalitat	3,0
Aspectes polítics o socials	2,8
Canvis hàbits compra/desconeixement	2,5
Menys gent	1,6
Menys comerços zona	1,3
Falta foment petit comerç/subvencions	1,0
Qüestions climàtiques	0,9
Disminució turisme	0,7
Menys habitatges/menys oficines zona	0,6
Publicitat	0,6
Envelliment població	0,5
Disminució preus venda	0,5
Manca transport públic	0,1
Augment preus proveïdors	0,1
Altres	1,8
Cap concret/cap factor/no hi ha futur	9,5
NS	11,4

Previsions de futur

El 23,1% opinen que el negoci augmentarà en els propers dos anys; el 41,9%, que es mantindrà igual, i el 22%, que disminuirà.

EVOLUCIÓ POSITIVA DEL NEGOCI EN ELS PROPERS DOS ANYS PER SECTOR COMERCIAL (TOTAL 2006).



Respecte al nombre d'empleats, el 5,9% creuen que augmentarà en els propers dos anys; el 89%, que es mantindrà igual, i el 3,5%, que disminuirà. *La decoració de la llar* és el sector comercial que més confia en un augment de personal (7,8%); *farmàcia, drogueria i perfumeria* creuen més en el manteniment de l'estat actual (94,5%). Quant a districtes, contrasta la confiança en el futur mostrada per les Corts enfront del pessimisme de Sant Andreu.

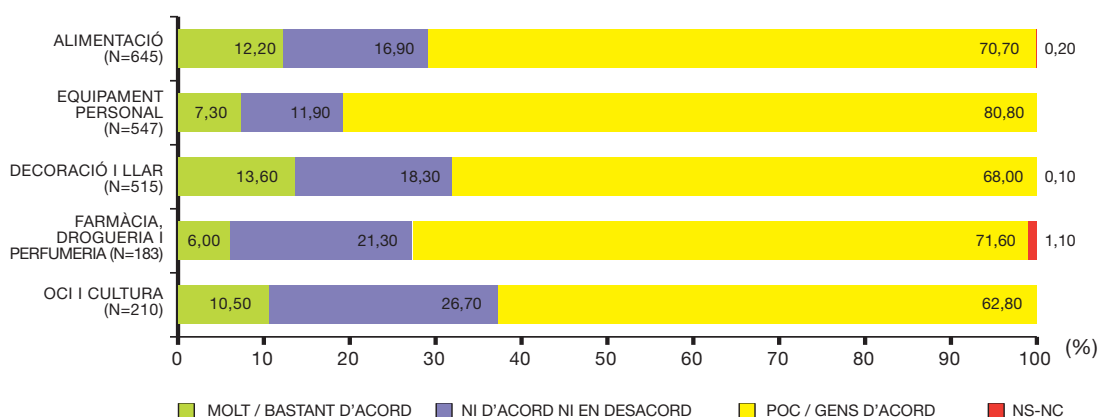
El 34,1% dels entrevistats pensen que els preus de venda al públic augmentaran en els propers dos anys; el 57,7%, que es mantindran, i només el 4%, que baixaran. Sants-Montjuïc és el districte on més entrevistats preveuen un increment de preus (48,5%), i *farmàcia, drogueria i perfumeria* i *equipament personal* són els sectors comercials on els entrevistats més es decanten cap a un possible abaratiment de preus.

Intenció d'obrir en diumenge

El 66% dels comerços no estan gens d'acord amb treballar el diumenge, enfront d'un 6,7%, que hi estan molt d'acord. La mitjana de la ciutat és de l'1,8 sobre 5.

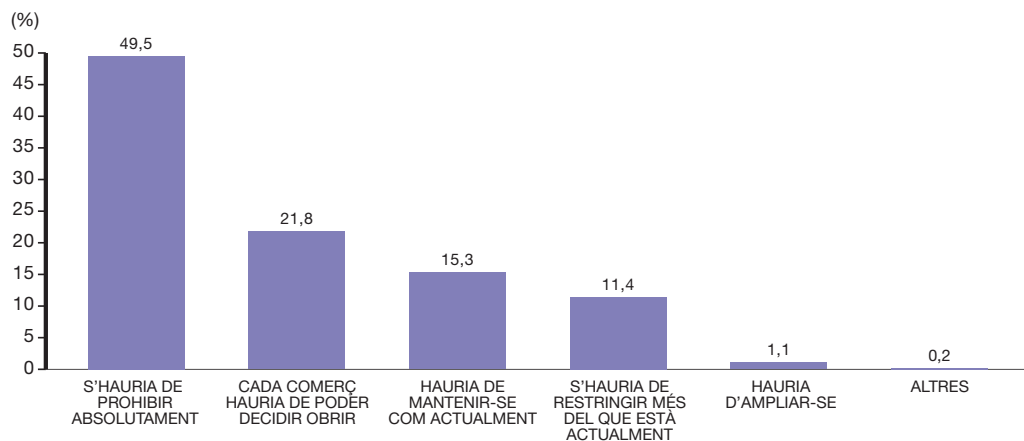
Al sector de la decoració de la llar, el 13,6% d'establiments hi són favorables; al de l'alimentació, el 12,2%, i al de l'oci i cultura, el 10,5%.

GRAU D'ACORD O DE DESACORD AMB L'OBERTURA DELS ESTABLIMENTS ELS DIUMENGES PER SECTOR COMERCIAL (TOTAL 2006)



L'opinió majoritària és que s'hauria de prohibir absolutament la possibilitat d'obrir en diumenge (49,5%).

OPINIÓ SOBRE LA POSSIBILITAT D'OBRIR EN DIUMENGE



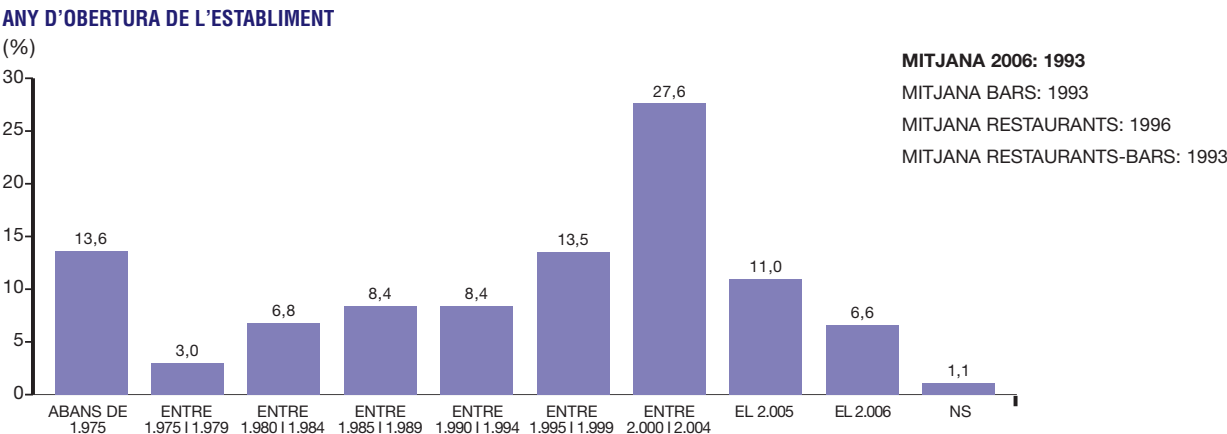
6.3. Enquesta sobre l'activitat del sector de la restauració

L'objectiu d'aquesta enquesta és conèixer les característiques dels establiments de restauració de la ciutat, així com l'opinió actual i les perspectives futures que tenen els seus responsables sobre l'activitat del sector. S'han fet mil entrevistes, repartides en tres onades: la primera onada, del 7 al 23 de març; la segona, del 19 al 30 de juny, i la tercera, del 24 d'octubre al 13 de novembre.

Del total d'establiments enquestats, el 68,2% són bars; el 6,8%, restaurants, i el 25%, restaurants-bars.

Característiques dels establiments:

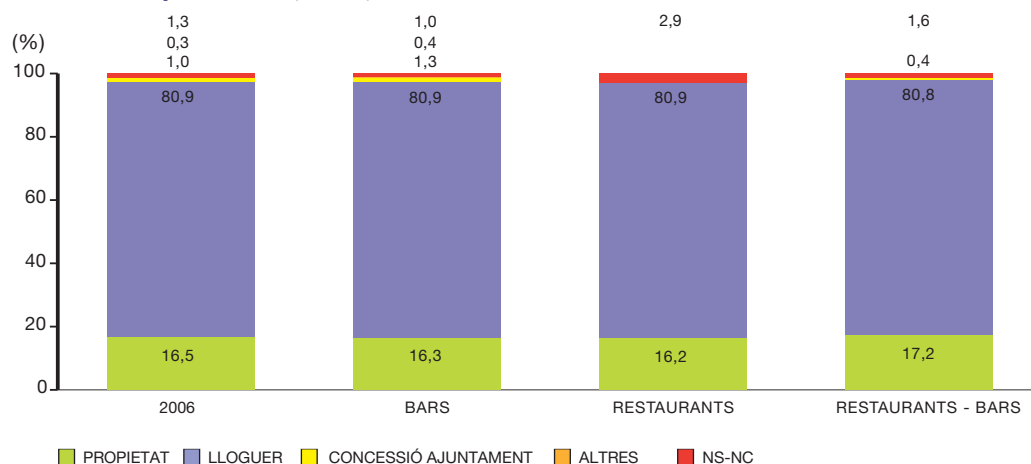
El 45,2% dels establiments han iniciat la seva activitat al llarg d'aquests últims anys des del 2000. L'any 2006, aquest percentatge és del 6,6%.



El 25,4% dels establiments està associat, i en el cas dels restaurants i dels restaurants-bars: el 44,1% i el 31,6%, respectivament. L'associació amb més presència a la ciutat és el Gremi de Restauració de Barcelona (77,6%).

El 80,9% dels locals està en règim de lloguer.

RÈGIM DE TINENÇA DEL LOCAL (N=1000)



L'1,8% del conjunt d'establiments funciona en sistema de franquícia. El percentatge és una mica superior en el cas dels bars: el 2,6%. Bracafé és la franquícia que més hi figura (38,9%), seguida del Club del Cafè Novell (22,2%).

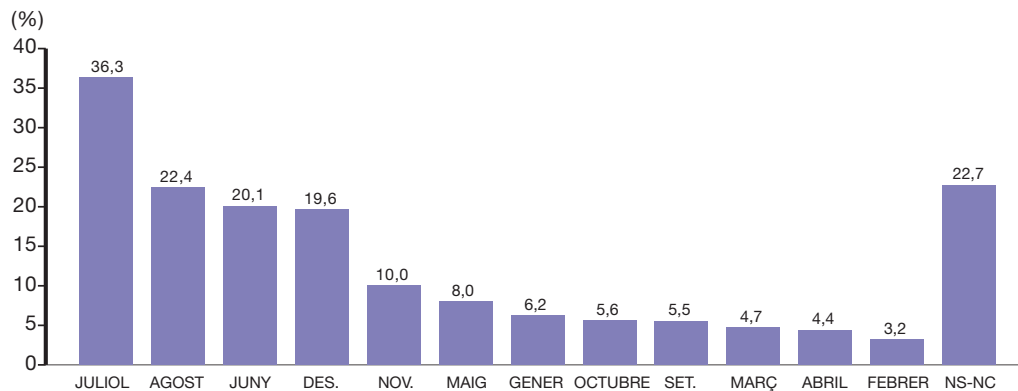
El 77,8% d'aquestes franquícies són catalanes, i la seva implantació s'ha fet en els últims anys; el 66,7% ho ha fet des del 2000 fins ara.

La superfície mitjana de la sala dels establiments és de 57,2 m²; 95 m² per als restaurants, 75,3 m² per als restaurants-bars, i 46,5 m² per als bars.

El 13,6% dels establiments són espais públics sense fum, i el 5,7% tenen un espai reservat per a fumadors.

El mes de més activitat és el juliol, seguit de l'agost. I els mesos de menys activitat són el febrer i el gener.

MESOS DE L'ANY AMB MÉS CLIENTS / MÉS SERVEIS



Els dies de més activitat són els divendres i els dissabtes, i els de menys, els dimarts.

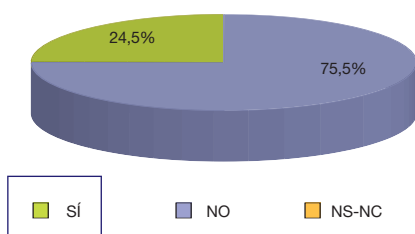
El diumenge és el dia de tancament per al 56,6% dels casos. El 56,4% només fan festa un dia a la setmana, i el 30,4% no tanquen mai. Tots atenen principalment a l'hora de dinar. Els dissabtes, el 39,2% dels establiments enquestats estan tancats a l'hora de sopar.

Forma de pagament i preus al públic

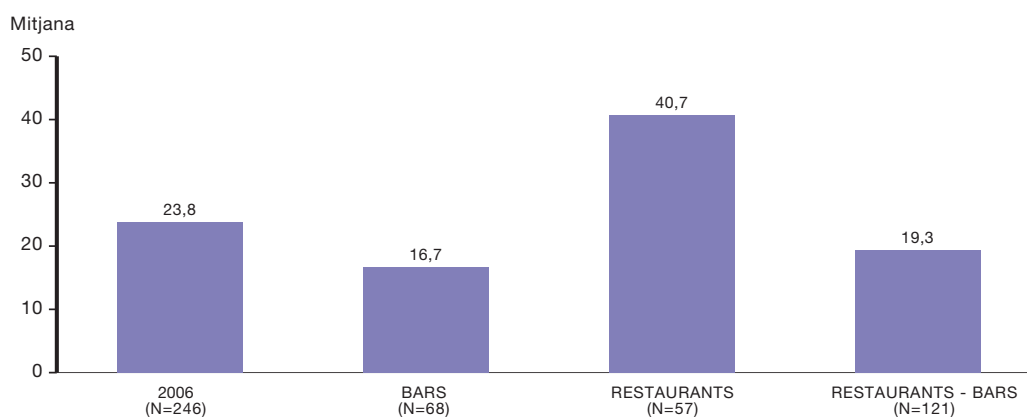
El 75,5% dels establiments enquestats no disposen de pagament amb targeta; en el cas dels bars, el 90,2%. En canvi, el 83,8% dels restaurants disposen d'aquest servei, i el 48,4% dels restaurants-bars, també.

Quan hi ha la possibilitat de fer-ho, el 40,7% dels cobraments en els restaurants es fan amb targeta.

De mitjana, un cafè val 0,94 €; una cervesa, 1,38 €; un refresc, 1,36 €, i un menú, quan aquests n'hi ha, 8,95 € (el 68,7% no tenen menú). Aquests preus són bastant més elevats als restaurants on el menú val de mitjana 11,62 €.



Quin percentatge sobre el total de cobrament va representar el pagament amb targetes el darrer mes? (Només per als que tenen pagament amb targetes) (n = 220)

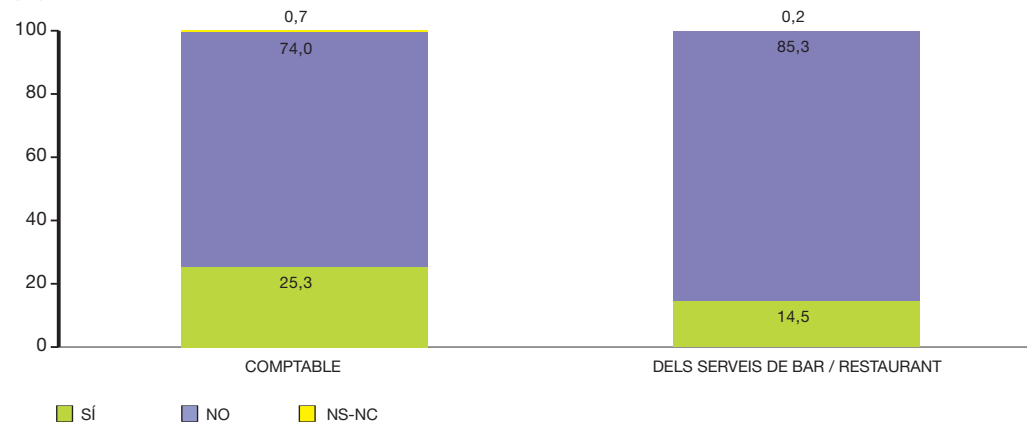


Nivell d'informatització

El 74% dels establiments no tenen informatitzada la seva gestió comptable, i tot just el 14,5% tenen informatitzada la part de serveis de bar/restaurant. En el cas dels bars, el nivell d'informatització és el més baix, la gestió comptable està informatitzada en un 19,8% dels casos, i el servei de bar, en l'11,3%. En canvi, els restaurants tenen informatitzada la seva gestió comptable en el 67,6% dels casos, i la gestió dels seus serveis de bar/restaurant, en el 36,8% dels establiments.

LA GESTIÓ COMPTABLE ÉS INFORMATITZADA? I LA DELS SERVEIS DE BAR/RESTAURANT? (N = 1000).

(%)

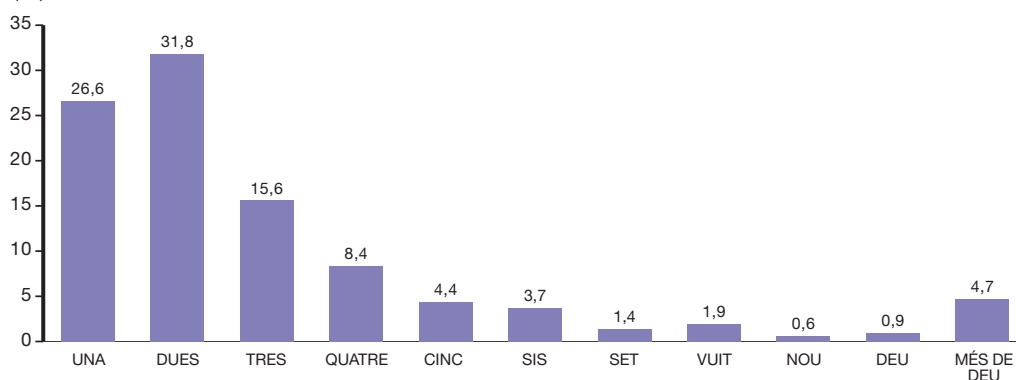


Personal

En el 26,6% dels establiments només treballa una persona, i en el 31,8%, dues. La mitjana de treballadors per establiment és de 3,4 persones; 7,9 als restaurants, 4,4 als restaurants-bars, i 2,6 als bars.

NOMBRE DE PERSONES QUE TREBALLEN EN L'ESTABLIMENT

(%)



En el conjunt de treballadors, hi predominen els homes, el 57,5% de la plantilla. Es tracta d'un personal jove: el 68,3% d'aquests treballadors tenen menys de 45 anys; el 41,1% tenen estudis primaris; el 32%, estudis secundaris; el 8,6%, estudis secundaris professionals, i el 7,5%, estudis universitaris.

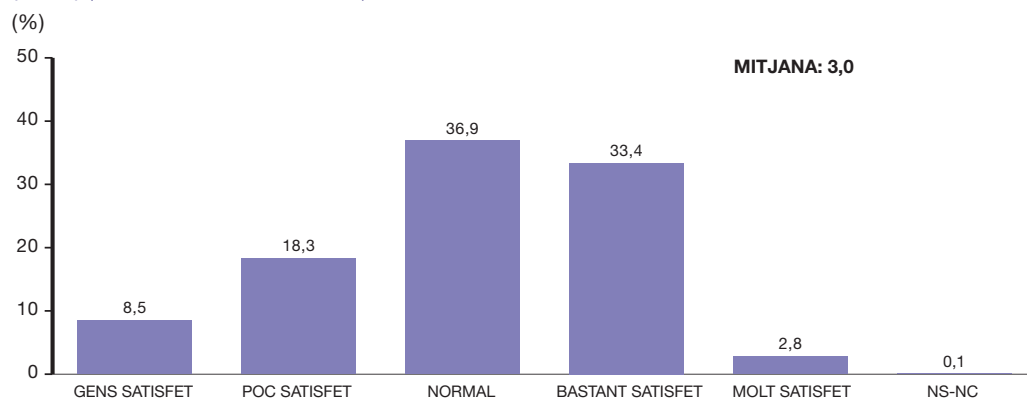
El 86,8% dels treballadors treballen a temps complet.

Un 25,1% dels treballadors han fet algun curs de formació aquests últims dos anys.

Opinió sobre la marxa del sector de la restauració

El 73,1% està molt, bastant o normalment satisfet de la marxa actual del seu negoci.

GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE A LA MARXA DEL NEGOCI: MOLT, BASTANT, POC O GENS SATISFET? (N=100) (1=Gens satisfet / 5=Molt satisfet)



El 30,2% pensen que el seu negoci ha disminuït en els dos últims anys, el 45,4% creuen que es manté igual, i el 15,1% opinen que s'ha incrementat.

Els factors més favorables que poden afectar el sector de la restauració són el turisme, el clima, la creació de noves àrees d'oci i el clima.

Factors que poden influir positivament en el negoci	Total 2006
Servei, bona atenció client, professionalitat	19,6
Ampliacions, nous serveis, reformes	9,5
Menys competència	1,2
Millora poder adquisitiu	6,3
Més clients	8,6
Més turisme	4,8
Bona situació negoci	3,4
Apertura nous comerços, hotels	8,6
Millora barri, obres públiques	2,5
Millora comunicacions	1,7
Demanda a l'Ajuntament d'intervencions	11,2
Millora condicions econ., socials i pol.	6,4
Millora tractament fiscal, impostos	5,9
Factor climàtic	0,9
La construcció	0,3
Altres	1,4
Res	12,7
NS	11,4

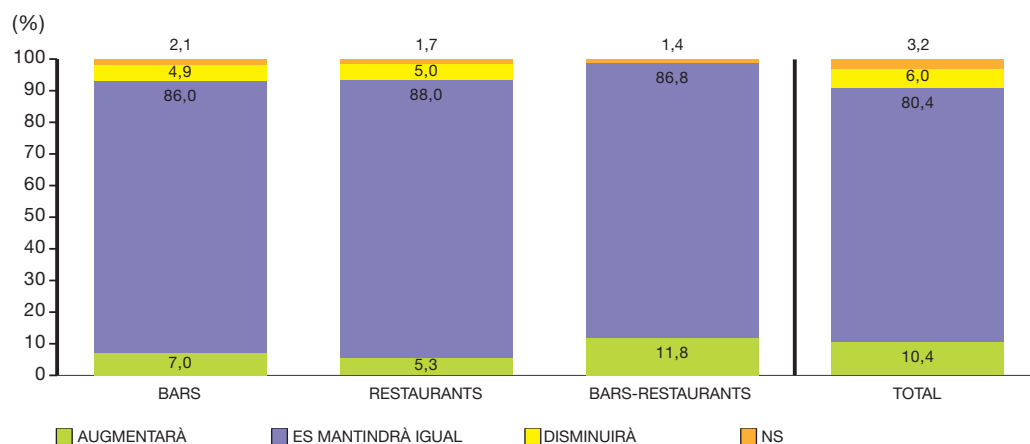
Els factors considerats més perjudicials són la situació econòmica general i l'evolució del tipus d'interès.

Perspectives de futur

Les opinions sobre el futur del seu negoci són relativament optimistes; el 67,3% pensen que el seu negoci augmentarà o es mantindrà igual, enfront del 19,7%, que creuen que el seu negoci disminuirà. Els qui pensen que augmentarà el seu negoci confien principalment en el seu esforç i en la bona conjuntura; els qui creuen que es mantindrà aposten pel seu fons de comerç, i els pessimistes són conscients de la mala marxa del seu negoci per motius intrínsecs i causes d'entorn o de conjuntura desfavorables.

Quant a l'evolució a la plantilla en els pròxims dos anys, el 86% pensen que es mantindrà estable; el 7%, que augmentarà, i el 4,9%, que disminuirà.

EVOLUCIÓ NOMBRE D'EMPLEATS EN ELS PRÒXIMS DOS ANYS



7. ANY DEL COMERÇ BARCELONA 2006

El pes específic del comerç de la ciutat, pel seu volum de negoci, els llocs de treball o la cohesió social, l'ha consolidat com un sector vital per a l'economia barcelonina i catalana. A partir d'aquesta situació, Barcelona ha creat el seu propi model comercial, mantenint l'equilibri entre els diferents formats de distribució. Per conservar aquest liderat i consolidar-se s'ha fomentat l'associacionisme i la internalització, i ara, fruit de la unió d'associacions, gremis, empreses comercials i l'Ajuntament de Barcelona, s'ha donat un nou impuls al comerç de la ciutat declarant l'any 2006 com l'**Any del Comerç Barcelona 2006**.

Concretament, l'Ajuntament de Barcelona, en sessió del Consell Municipal de 22 de desembre de 2005, a proposta dels comerciants, va fer una declaració institucional mitjançant la mesura de Govern "2006, Any del Comerç de la ciutat de Barcelona", per tal de promocionar el comerç urbà com a font de riquesa, sostenibilitat, convivència i integració social i cultural, i sensibilitzar la societat sobre la importància que té per a la qualitat de vida de les persones la continuïtat del nostre model.

La competitivitat, la informatització i l'ús de les noves tecnologies aplicades al petit i mitjà comerç, l'associacionisme i la promoció de la ciutat com a capital comercial són alguns dels valors que s'ha pretès promoure amb aquesta iniciativa. Alhora, la planificació de l'any ha estat a càrrec d'una comissió integrada per representants de les entitats PIMEC Comerç, ABC, ANGED, CEDAC, Consell de Gremis, Mercats i Fundació Barcelona Comerç.



Aquesta comissió va redactar un decàleg on s'establien les bases per a les accions a realitzar:

Decàleg:

Promocionar el comerç urbà com a font de riquesa, sostenibilitat, convivència, integració social i cultural.

Sensibilitzar la societat de la importància que té per a la qualitat de vida de les persones la continuïtat del nostre model comercial.

Potenciar un model comerç compromès amb la ciutat, les entitats culturals i cíviques i les persones.

Reconèixer i potenciar el prestigi social de la professió, de la classe empresarial a la classe treballadora, en tots els nivells de l'escala professional.

Promoure eines de competitivitat en la gestió comercial, amb la incorporació de les noves tecnologies, la cooperació empresarial, la innovació i la qualitat.

Consolidar el concepte d'urbanisme comercial com una fórmula que permeti que les planificacions urbanístiques, tant de reforma com de nova ordenació, incloguin sempre el plantejament comercial i les seves necessitats com a concepte imprescindible.

Promocionar Barcelona com a ciutat de compres, tant per al consumidor nacional com per a l'inter-nacional.

Potenciar la marca Barcelona Comerç / Comerç Barcelona com a entorn atractiu per a inversions i iniciatives de negoci.

Aconseguir la participació de tot el comerç de la ciutat en el projecte.

Potenciar l'associacionisme territorial, gremial i sectorial del comerç.

La programació dels actes de l'Any del Comerç, iniciat el març del 2006 i finalitzat el març del 2007, s'han emmarcat en quatre grups d'actuació:

Actes centrals commemoratius de l'Any

Accions que neixen amb voluntat de continuïtat

Accions específiques per a l'Any del Comerç

Actes organitzats per altres entitats i que s'adhereixen a l'Any

Les activitats destacades dins l'agenda de l'Any del Comerç durant el 2006 han estat:

- **Inauguració:** El dia 23 de març del 2006 a la Llotja de Mar. Es va oferir un sopar còctel en què tots els productes consumits els van subministrar gremis i botigues de la ciutat, preparats i servits en parades temàtiques segons l'especialitat culinària.
- **La gran festa del Comerç:** "El comerç surt al carrer!". Durant tot un dia el comerç va sortir al carrer amb l'objectiu de transformar l'acció de la compra en una festa col·lectiva, cívica i de proximitat amb el ciutadà.
- Del 15 de maig al 15 de juny, **l'Avió de l'Any del Comerç**, un aparell recuperat i rehabilitat de 24 metres de llargada, va ser cada setmana en un punt diferent de la ciutat per mostrar una exposició itinerant que explicava les diverses activitats programades per l'Any del Comerç i que alhora transmetia el missatge Recupera, recicla, transforma, que vincula el reciclatge i transformació d'algunes zones urbanes amb la força del comerç. Els emplaçaments han estat: rambla del Raval, passeig de Sant Antoni, plaça de Lesseps, plaça del Virrei Amat, rambla de Guipúscoa, passeig de Lluís Companys i el Fòrum, on es va acomiadar l'avió amb una gran festa.



- L'Institut del Paisatge Urbà i la Qualitat de Vida ha col·laborat activament en diverses iniciatives vinculades a l'Any de Comerç, entre les quals cal destacar el projecte **Arrelats a la Ciutat**, una distinció als establiments que han contribuït a la vertebració comercial i social del barri. És a dir, establiments que al llarg de dècades han desenvolupat la mateixa activitat comercial i han aconseguit establir vincles transgeneracionals, associatius i/o veïnals, però que malgrat tot sovint resten en l'anonimat en relació al conjunt de ciutat.

El jurat, format per un arquitecte, un periodista, membres del FAD i membres de l'Ajuntament de Barcelona –concretament de Patrimoni, Comerç i Consum i Paisatge Urbà–, ha seleccionat una dotzena d'establiments “arrelats a la ciutat” repartits entre els deu districtes de Barcelona. Un cop al mes durant l'Any del Comerç s'ha donat a conèixer un dels dotze establiments guardonats, en els quals el que fins ara era regidor de Comerç i president de l'Institut del Paisatge Urbà, Jordi Portabella, ha descobert la placa en reconeixement al seu compromís amb el barri.

La placa Arrelats a la Ciutat està situada al paviment, davant la porta d'entrada de l'establiment. Aquest disseny evoca una persiana metàl·lica enrotllada en al·lusió a l'esforç que han fet els seus propietaris per mantenir les portes de la seva botiga obertes any rere any. La placa guanyadora del concurs organitzat pel FAD amb motiu d'aquesta campanya està formada per dues parts: una de comuna on apareix la llegenda “En reconeixença del seu arrelament a la ciutat”, i una altra d'específica on hi ha inscrit el nom de la botiga guardonada simbolitzant el rètol identificador de la seva activitat comercial.

Els creadors de la placa i guanyadors del concurs organitzat pel FAD han estat el dissenyador industrial Jordi Batalla i el dissenyador gràfic Xavier Boronat, amb la producció de Microarquitectura. Les dotze plaques estan obrades a partir d'un paral·lelèpiped d'alumini de base rectangular de 400 mm de llargada, 300 mm d'amplada i 8 mm de gruix. L'elecció de l'alumini i la seva col·locació al paviment reflectiran plenament el desgast produït pel pas del temps al llarg de la història de cadascun dels establiments guardonats, tal com ho han fet també les persianes originals.

- Bar Restaurant Versailles, a Sant Andreu
- Teixits Sant Rita, a Nou Barris
- Bacallaneria Ros, a Gràcia
- Drogueria Rovira, a Sarrià - Sant Gervasi
- Llibreria Ona, a l'Eixample
- Bar Quimet, a Horta
- Bar Oller, a Gràcia
- La Licorera, al Poblenou
- Pastisseria Casa Vives, a Sants - Montjuïc
- Farmàcia Antiga, a les Corts
- Boadas Cocktail Bar, a Ciutat Vella
- Restaurant Pitarra, a Ciutat Vella

El **Bar Restaurant Versailles** ha estat el dotzè i últim establiment guardonat amb la placa Arrelats a la Ciutat en el marc de l'Any del Comerç. Fundat l'any 1928, el Versailles està situat a la planta baixa de l'edifici modernista Can Vidal, a la cantonada dels carrers Gran de Sant Andreu i Pons i Gallarza, just davant de la plaça del Comerç. Van assistir a l'acte de descobriment de la placa l'antic propietari de l'establiment i autor del llibre *Si el Versailles em fos contat*, Pere Heredero, i els actuals propietaris, Eduard Colomer i Montserrat Busqueta.

Els seus orígens es remunten a meitat de la dècada del 1920, quan dos socis van llogar l'antiga botiga de teixits, coneguda com Can Trenta, perquè tot ho venien a trenta cèntims, i van muntar un bar amb el nom de Petit Versailles. Uns dos anys després d'haver obert, un dels socis va morir. Com que la seva vídua no va voler continuar el negoci, van traspasar el local per 28.000 pessetes i un lloguer de 500 pessetes a Pere Heredero, un treballador dels Tallers del Nord i cafeter dels Catalanistes, que volia muntar el seu propi negoci. Amb Pere Heredero i la seva dona, Carme Mayol, el local es va anar omplint progressivament de clients, que l'ocupaven gairebé les 24 hores del dia.

El Bar Restaurant Versailles, que el passat 13 d'abril del 2007 va tornar a obrir després de vuit llargs mesos d'obres, s'ha sabut adaptar al pas del temps sense perdre l'essència, combinant tradició i avantguarda en perfecta harmonia. La reforma del local ha comportat la recuperació dels antics elements, com ara el sostre de volta catalana, els pilars de ferro, la barra situada a l'esquerra, l'altell i la mateixa barana de fusta que es va estrenar quan es va inaugurar l'any 1928. El mobiliari de cadires de fusta i taules de marbre transmet l'esperit modernista dels seus inicis. Al soterrani, que va servir de refugi durant la Guerra Civil, s'han recuperat les arcades de totxo massís amb voltes de canó, i està connectat amb el bar a través d'una escala de cargol.

El restaurant no només destaca pel valor arquitectònic del local, sinó que durant els seus 79 anys d'història ha estat capaç d'aglutinar bona part de la vida social i política del barri. El Versailles era i és un espai de tots: les hores d'esmorzar i dinar eren per als obrers, i a la nit hi feia cap la burgesia més bohèmia de Barcelona. Ara hi van els joves, els comerciants del carrer Gran de Sant Andreu, gent del món de la faràndula, els okupes del barri, dels jubilats que fan el tradicional cigaló mentre s'expliquen batalletes...

L'establiment inicia ara una nova etapa, segons va explicar el seu actual propietari, Eduard Colomer: "Aquest bar ha estat un referent cultural del barri i ara volem obrir-lo a la resta de la ciutat".

Teixits Santa Rita, al districte de Nou Barris, concretament al barri de Vilapiscina, és l'onzè establiment que ha rebut la distinció Arrelat a la Ciutat. A l'acte hi van assistir les propietàries de l'establiment, Concepció Cornudella i les seves filles Dolors i Núria Puiggròs, la segona generació que ha donat continuïtat al negoci familiar, fundat pels seus pares l'any 1958.

Al carrer Pi i Molist, 1, un 18 d'octubre del 1958, Albert Puiggròs i la seva dona, Concepció Cornudella, van obrir les portes d'una nova botiga, Teixits Santa Rita, dedicada exclusivament al sector tèxtil i a la roba per a la llar. Van assessorar i aconsellar durant 34 anys dues generacions de clients. Gràcies al bon servei i qualitat dels articles van aconseguir la plena confiança del públic. El 1992 es van jubilar i van cedir la botiga a les seves filles Dolors i Núria, que amb professionalitat han sabut continuar la mateixa tasca que els seus pares van començar.

El desè establiment guardonat va ser la **Bacallaneria Ros**, situada a la Travessera de Gràcia, 188 (cantonada amb el carrer Torrijos, 6). A l'acte hi va assistir el propietari de l'establiment, Miquel Ros, la tercera generació que ha donat continuïtat al negoci familiar, fundat pels seus avis Pere Ros i Pepita Vaccaro l'any 1929.

L'any 1916, Pere Ros –l'avi de Miquel Ros- regentava una tocineria en aquest mateix establiment, però en contraure matrimoni l'any 1929 amb Pepita Vaccaro, filla d'una família de bacallaners, el negoci es va convertir en la Bacallaneria Ros. Aquest va ser el principi d'un negoci familiar que té ja gairebé un segle de trajectòria. Salvador Ros, fill d'aquest matrimoni, va créixer a la bacallaneria i va continuar el negoci dels seus pares fins que es va jubilar, fa tot just un parell d'anys.

En aquell racó, a prop d'un mercat emblemàtic del barri de Gràcia, es va iniciar una llarga tradició de posar a l'abast de la clientela bacallà de la millor qualitat i conserves de tota mena. A partir dels anys 40 van començar a vendre també productes complementaris, com ara formatges i vins. "Hi ha algunes coses que es mantenen i d'altres que han canviat molt... En aquella època el bacallà es venia a 21 pessetes el quilo, ara el meu fill el ven a 25 euros el quilo", recordava el pare de l'actual propietari.

Actualment la Bacallaneria Ros ha passat d'oferir el bacallà remullat de tota la vida a ampliar el seu ventall de productes amb plats cuinats que van des de les croquetes i la pasta de bunyols fins a vint receptes diferents de bacallà cuinat: a la llauna, amb samfaina, amb alls tendres, ametlles, ceps, etc. Aquest comerç de proximitat i de qualitat és una peça fonamental en el nostre teixit comercial.

La **Drogueria Rovira** va ser el novè establiment que va rebre la distinció Arrelat a la Ciutat. L'any 1910 Jaume Rovira i Creixell va obrir la primera botiga, que tenia com a reclam "*Droguerías, aceites y jabones*", on es venia tota mena de productes al detall. Després d'un periple pel barri de Sant Gervasi, primer al carrer de Pàdua i més tard al carrer de Saragossa, l'any 1936 es va inaugurar l'establiment al llavors anomenat carrer de Molins de Rei, actualment Madrazo. La botiga, ja regentada per Ramon Rovira, fill del fundador, va agafar el nom del barri i es va convertir en la Drogueria Galvany. Era el principi d'un negoci familiar que funciona des de fa gairebé un segle.

En aquell racó sense asfaltar, prop d'un mercat emblemàtic, es va iniciar una llarga tradició de posar a l'abast de la clientela tot tipus de productes de neteja i ferreteria. "Al meu avi el tractaven de boig quan va obrir la primera drogueria a Sant Gervasi, perquè en aquella època al barri només hi havia quatre torres d'estiueig", recorda Ramon Rovira. La preparació manual de pintures a la carta, la venda a granel de dissolvents, desgreixadors i ceres van donar a la Drogueria Rovira fama de resoldre qualsevol problema de la llar. Aquesta fidelització dels clients va ser possible gràcies al bon tracte personal i l'estima pel negoci, que s'han mantingut a través de les quatre generacions de la família Rovira fins a arribar als actuals gestors: Montserrat Rovira i el seu fill, Ramon Segarra.

Entrar a la botiga actual és com endinsar-se en un santuari de l'alquímia, que acull fins a 30.000 articles per a les aplicacions més impensables. S'hi respira una atmosfera de reverència cap als productes, però d'una manera molt especial cap als clients. Si alguna cosa no la tenen, segur que la troben amb poc temps. Travessar-ne les portes és també anar-hi a fer tertúlia, a aprendre tot el que la creativitat humana ha dissenyat per fer-nos la vida més còmoda. Aquests cent anys de tradició comercial i voluntat emprenedora fan de la Drogueria Rovira un referent no tan sols a la nostra ciutat, sinó fins i tot a la resta de l'Estat.

L'anterior establiment guardonat va ser la **Llibreria Ona**, que va néixer l'any 1962 de la iniciativa d'un grup de persones compromeses en la recuperació cultural del país i, molt especialment, en tot el que fa referència a la llengua catalana. Des d'aleshores, l'Ona es manté com a testimoni viu de la voluntat de supervivència que el nostre poble va haver de mantenir per fer front a les agressions constants a les quals es veia sotmesa. "Fidels a aquesta voluntat de servei que mai hem abandonat, estem en condicions de donar una resposta satisfactòria a qualsevol comanda de llibres en català", va destacar orgullós Jordi Úbeda. El catàleg editorial de llibres i discos de la Llibreria Ona consta actualment de més de 25.000 títols, gairebé un centenar d'editorials i més de 700 autors. En resum, la llibreria ha demostrat una gran devoció al text que va des del recitat fins al cant, de la creació a la musicació, tot al servei de la recuperació de la identitat i de la llibertat.

A la dècada dels seixanta la canalització social de la cançó es feia fonamentalment a través del disc i de l'aplec, i molt poques vegades a través de la ràdio. Precisament aquest és un dels motius pels quals la Llibreria Ona ha mantingut la seva clientela fidel al llarg del temps. Units pel sentiment de pertinença a una cultura i a un poble, acudien a l'establiment a la recerca de les últimes novetats musicals de la discogràfica Edigsa, que va impulsar la Nova Cançó i es va convertir en la principal plataforma de difusió de la música en català de les dècades dels 60 i 70. A la Llibreria Ona s'hi podien trobar els discos de Raimon, Lluís Llach, Sisa, Guillermina Mota i de tots els treballs que publicava Edigsa, entre els quals cal destacar *Antologia Històrica de la Música Catalana*.

Montserrat Úbeda, que ha assumit el relleu generacional de la llibreria, és una persona amb una gran experiència en el món del llibre en català com a llibretera i en un altre aspecte molt interessant com és la distribució de llibres. La seva antecessora, Conxita Virgili, assegura: “És la persona que pot garantir la continuïtat d'un centre de cultura que aglutina molt més que la producció editorial, perquè influeix en els comportaments de les persones que s'hi mouen, en viuen i en fan viure”. La tecnologia i el màrqueting ha transformat la fisonomia de les llibreries, i el canvi no sempre respecta l'origen. No és el cas de l'emblemàtica Ona. Per això té futur.

L'anterior establiment guardonat amb la placa Arrelats a la Ciutat, el novembre del 2006, va ser el Bar Quimet, situat a la plaça d'Eivissa, 10. Obert l'any 1927, el **Bar Quimet** és un local comercial amb molta història que s'ha convertit en un símbol per al barri. Hi ha qui encara el coneix amb el sobrenom d'El Bar del Lloro, perquè antigament hi havia un lloro molt eixerit, que parlava, cantava i imitava a la perfecció el xiulet del tramvia. El lloro també va aprendre algun renec dels clients que hi anaven a jugar a cartes.

El tiet Quimet, tal com el coneixien al barri, va obrir el bar l'any 1927, i el 1955 se'l va quedar en Jaume Jalmar, que ja hi treballava. Ara el porten els seus fills, en Josep Lluís i en Xavier. En són coneguts els entrepans de xapata, les tapes i el vermut amb anxoves dels migdies.

Un altre bar conegut per les seves tapes, al barri de Gràcia, i guardonat amb la placa Arrelat l'octubre del 2006 és el **Bar Oller**, situat al passeig de Sant Joan, 146. A l'acte en reconeixement a l'establiment, fundat l'any 1928 per Josep Oller i Casas, hi va assistir l'antic propietari i fill del fundador, Josep Oller i Martí, juntament amb Alcides Pimentel, que és qui ha donat continuïtat al negoci de la família Oller.

Quan Josep Oller i Casas, natural de Vallirana, va fundar el Bar Oller l'any 1928, tots els bars tenien als baixos l'establiment comercial i al pis superior l'habitatge de la família, per la qual cosa tota la família treballava en el negoci. En el cas dels Oller hi treballaven l'esposa del fundador amb les seves dues filles i un fill, Josep Oller i Martí, que tal com era tradició va assumir-ne el relleu generacional en arribar el moment.

Nascut l'any 1938, Josep Oller fill va créixer aprenent l'ofici. "Aquest bar fa que és aquí al passeig de Sant Joan tants anys com la font d'Hèrcules, més coneguda pels graciencs com la font dels lleons", va recordar Oller. L'establiment encara conserva emmarcada una fotografia de la instal·lació de la font d'Hèrcules on es pot veure la terrassa del Bar Oller al darrere.

La font, del 1798, obra de Salvador Gurri i del marbrista Josep Moret, formava part del conjunt urbanístic del passeig Nou de l'Esplanada. El 1928, dins les remodelacions que van afectar la ciutat amb motiu de l'Exposició Internacional del 1929, la font d'Hèrcules va ser traslladada una vintena de travessies més amunt, a l'encreuament del passeig de Sant Joan amb el carrer de Còrsega, just davant del Bar Oller, acabat d'inaugurar.

El Bar Oller, conegut per oferir les típiques tapes catalanes, vermut artesanal i una gran varietat de cerveses, ha sabut mantenir l'esperit original però adaptant-se als temps moderns. "En aquella època les neveres no eren elèctriques i havíem de picar el gel nosaltres. Tampoc teníem rentagots, i la mercaderia s'havia de descarregar a mà, mentre que ara ho fan amb màquines", va assenyalar l'antic propietari.

Actualment el Bar Oller està regentat per Alcides Pimentel. El jove, originari de Santo Domingo i criat a Barcelona, va treballar de cambrer durant més d'una dècada amb Josep Oller i el va rellevar en l'ofici com si fos el seu fill. Alcides no només ha conservat la decoració original de l'establiment, sinó que continua oferint el mateix tracte familiar a les noves generacions de clients. "Els diumenges vénen a fer el vermut, com ho feien els clients de fa trenta anys", va explicar satisfet.

L'anterior establiment guardonat va ser **La Licorera** del Poblenou, situada al carrer del Taulat, 91, on el passat 18 de setembre del 2006 es va realitzar un emotiu acte en memòria del seu propietari, Josep Cahué i Palanques, desaparegut el 18 d'agost, al qual van assistir la seva esposa i actual propietària de La Licorera, Teresa Ferreres, acompanyada dels seus fills.

La història de La Licorera es remunta a l'11 de maig del 1932, festivitat de Sant Ponç, data en què l'establiment va obrir les portes. En aquell temps era típic posar l'aiguardent amb herbes. En Tino i la Júlia, els fundadors de La Licorera, van posar a la venda tota classe d'aiguardents, licors i anisats elaborats artesanalment. Els propietaris de l'establiment, molt estimats pel veïnat del barri, van portar un lloro de Guinea l'any 1958 que va ser conegut popularment com 'El lloro del 36'.

En aquell temps, davant de la botiga sortia el tramvia 36, que recorria l'avinguda d'Icària i arribava fins a la plaça Palau. La història explica que el lloro imitava tan bé el xiulet del tramvia que es va arribar a convertir en el cap d'estació anunciant-ne la sortida amb els seus xiulets. Els diaris de l'època van escriure la seva història, i amb els anys va arribar a sortir a la televisió. L'any 1996, la colla de Gegants del Poblenou va immortalitzar el lloro del 36 convertint-lo en gegantó del barri.

Teresa Ferreres, descendent d'en Tino i la Júlia, va ser guardonada amb la Medalla d'Honor de Barcelona l'any 2000. Amb aquest guardó, la ciutat reconeix alguns barcelonins o barcelonines i entitats que en el transcurs de la seva trajectòria han contribuït a la consolidació del civisme i la consciència ciutadana, així com a la millora de la qualitat de vida de la ciutat.

La **Pastisseria Casa Vives**, al carrer de Sants, 74, va ser l'establiment guardonat el mes d'agost. Els seus orígens es remunten a l'any 1895, quan un flequer nascut a Collbató i amb el seu ofici establert a Castellar del Vallès va posar les primeres pedres a una botiga de pa anomenada El Esmero, a la carretera del poble de Sants, que tres anys després es va annexionar a Barcelona.

El fundador d'El Esmero, Josep Vives i Torruella, i la seva esposa, Clara Borrell i Benet, van tenir quatre fills. A tots quatre els va agradar el negoci de la farina: un d'ells s'hi va dedicar amb representacions, i els altres tres fent pa al pastador. Tota la família tenia inquietuds, i aquella botiga, amb una taula rodona que feia de menjador i un forn de cremar costals amb una eixida com a magatzem, va quedar transformada l'any 1929 en una fleca i pastisseria. "L'establiment era l'orgull d'aquesta barriada tan entranyable i estimada per tots ells, i ho és també per als que hem

seguit”, va assenyalar l’actual propietari, Joan Vives. Ell, que és ja la quarta generació de flequers i pastissers que regenten l’establiment, reconeix que no podran oblidar mai l’esforç de tots aquells homes, que amb l’alegria del treball i el confort de la pinya familiar van tirar endavant tots els afers diaris.

Ara, el relleu generacional els ha portat a obrir portes a altres entorns: a Castelldefels, a Andorra i a Barcelona, on s’ha anat escampant el nom de Vives en altres establiments. Avui tots disposen d’obradors per a l’elaboració del pa cada dia, així com d’un acurat assortit de pastisseria i d’una bomboneria amb selectes especialitats. Cada secció la integren “un equip de persones formades professionalment a casa nostra”, va assenyalar Joan Vives, per continuar oferint el seu “segell d’elaboració digna i personalitzada” a la fidel clientela del barri de Sants. Tot amb l’afany de dignificar l’ofici i donar plaer al paladar.

El tercer establiment Arrelat, guardonat el passat 13 de juliol del 2006, va ser la **Farmàcia Antiga** de les Corts, a la plaça de la Concòrdia, 3. L’establiment va ser fundat l’any 1890 pels pares de l’actual propietari, Ferran Oller i Sales, que al seu dia en va assumir el relleu generacional i que actualment dirigeix l’establiment amb el suport de la seva família: tota una nissaga de farmacèutics. Aquesta farmàcia centenària està ubicada a la que va ser la primera plaça vuitcentista de les Corts. L’espai ha mantingut un caràcter gairebé rural i continua sent un indret de referència i de trobada al barri. El petit comerç ha estat sempre un element molt important i característic de la plaça de la Concòrdia, i una de les botigues més emblemàtiques del barri és la Farmàcia Antiga de les Corts. Fundada a finals del segle XIX, l’ambient i el tipus de clientela d’aquesta farmàcia era clarament marcat per l’abundància de camps de cultiu, masies i institucions emblemàtiques, com ara l’Institut Frenopàtic, l’Hospital de Sant Rafael, el Barça, la Clínica del Dr. Pi i Figueres...

Tots feien cap a la farmàcia regentada en aquella època per Ferran Oller i Soler i la seva muller, Francesca Divi i Roses. El seu fill, Ferran Oller i Divi, ja donava la llauna de petit perquè el seu pare li posés una caixa de fusta per arribar al taulell i el deixés remenar la mà de morter amb què elaboraven la pomada per a clients com ara el Barça, que, per indicació d’Àngel Mur, la comprava a quilos. Ferran Oller i Divi ha donat continuïtat a tota una nissaga de farmacèutics, ja que actualment dirigeix l’establiment amb la seva dona i amb el consens dels seus fills, que compaginen la dedicació a la farmàcia amb feines d’altres disciplines com ara la docència o l’economia, però que comparteixen la voluntat de tirar endavant un projecte professional i humà en comú i estan disposats a assumir el relleu generacional quan arribi el moment.

El segon establiment guardonat, el 19 de juny de 2006, va ser el **Boadas Cocktail Bar**, situat al carrer dels Tallers, 1. A la celebració hi va assistir una bona part de la clientela habitual del bar, fundat l'any 1933, entre la qual hi havia coneguts artistes, intel·lectuals i cuiners –Joan Manuel Serrat, Raimon, Ferran Adrià i Carme Rusalleda, entre d'altres–. Ha passat molt de temps des que Miguel Boadas, un jove nascut a l'Havana, va inaugurar un petit local en aquest antic carrer de Barcelona. “Res ha canviat des de llavors. S'ha intentat mantenir la mateixa decoració, la mateixa manera de treballar, fins i tot s'ha perpetuat el mateix ambient. Aquest és el secret d'aquest petit local que es manté intacte al llarg dels anys”, va confessar l'actual propietària, Maria Dolors Boadas, filla del fundador.

Barcelona, capital de creixement nacional i precursora de tantíssimes coses, és també des de fa anys la capital mundial de l'art del còctel. La fidel clientela del Boadas Cocktail Bar elogia la intimitat i harmonia que emana aquest petit local. Encara que estigui ple de gom a gom, al Boadas es té la meravellosa sensació de poder mantenir una conversa en un to agradable. Per això diuen que constitueix un autèntic oasi ciutadà al bell mig de la Rambla.

Miguel Boadas, nascut a l'Havana l'any 1895, fill d'emigrants catalans de Lloret de Mar, va fer les seves primeres passes a la taverna que regentaven els seus pares al barri vell de l'Havana. Des de ben petit va freqüentar l'ambient dels aiguardents, de les tavernes i dels bevedors. Això el va convertir en el primer bàrman del famós Floridita de l'Havana, del qual era propietari el seu cosí Narcís Sala Parera, destacat directiu del Centre Català de l'Havana. Miguel Boadas, com molts altres grans bàrmans, compaginava la feina amb diversos escenaris, com ara la llotja presidencial del famós frontó Jai Alai i l'elegant bar del Yatch Club de l'Havana.

Tenia 31 anys quan va decidir visitar la seva família de Lloret de Mar. A Catalunya es va enamorar de la Maria, que es va convertir en la seva dona i la mare dels seus fills. Aquesta nova circumstància va fer que Miguel Boadas fixés la seva residència a Barcelona. Va començar treballant al bar Moka, i després va passar a altres locals com el Núria, la Maison Dorée i el Canaletes. En aquest últim bar van dissenyar i construir una barra especial per a Boadas i els seus ajudants.

Finalment, l'any 1933 Miguel Boadas va aconseguir fer realitat el seu somni: inaugurar el seu propi bar. Actualment l'establiment continua sent un referent tant per als barcelonins com per als visitants d'arreu del món aficionats a la cocteleria. Regentat per la seva filla Maria Dolors des de fa gairebé quaranta anys, el local conserva la complicitat que va establir el seu pare amb clientela com ara Ernest Hemingway, Dalí i Picasso, entre d'altres.

El primer de rebre la distinció va ser el **Restaurant Pitarra**, situat al carrer d'Avinyó, 56. A la celebració hi van participar els propietaris del restaurant, els germans Jaume i Marc Roig, que l'any 1987 van comprar el local on havia viscut el fundador de la Lliga Catalana i dramaturg Frederic Soler, conegut pel pseudònim de Pitarra. Pitarra va néixer l'any 1839 al barri de la Ribera de Barcelona. El seu pare era fuster i la seva mare va morir quan ell tenia tres anys. Als nou anys va anar a viure amb el seu oncle, Carles Hubert, propietari de la rellotgeria del carrer d'Escudellers, 80 (ara Avinyó, 56).

Els germans Roig no només van restablir el nom antic a la casa d'en Pitarra, sinó que des de l'any 1987 han anat recuperant la història i l'obra del poeta, que s'exhibeix per totes les parets de la casa. Des del primer volum de poemes, publicat l'any 1875, fins a dibuixos originals del monument a Pitarra -que el 2006 va celebrar el centenari-, realitzats per l'arquitecte modernista Pere Falqués.

Un altre dels mèrits dels propietaris del restaurant ha estat haver mantingut pràcticament intacta la distribució interior de l'establiment, tal com la tenia el dramaturg i rellotger. Als baixos del local, ara convertit en menjador, hi havia la botiga rellotgeria, i al pis de dalt –ara convertit en menjador privat– era on Pitarra tenia el taller i l'escriptori on treballava mentre controlava la botiga. Als capvespres, quan Pitarra tancava la rellotgeria, reunia els seus amics a la rebotiga per representar el teatre que ell escrivia, tal com testimonia un gravat de Ramon Torres actualment penjat en un dels menjadors. També s'han recuperat un total de 36 rellotges originals, dels quals només quatre estan aturats marcant l'hora en què va morir el dramaturg.

En el cas d'aquest restaurant, el guardó d'Arrelat no només és un reconeixement al seu compromís amb el barri i amb la seva clientela habitual –artistes, intel·lectuals i polítics– sinó també a la recuperació d'un bocí de la cultura catalana tan important com el que va escriure Pitarra.



- Dins la programació de l'Any del Comerç s'inicia un nou projecte en col·laboració amb l'Institut d'Educació de Barcelona, en concret una proposta didàctica per conèixer el comerç de Barcelona, dirigida a l'alumnat dels cicles inicial, mitjà i superior d'educació primària i primer cicle d'ESO, amb la finalitat que coneguin les característiques fonamentals del comerç, valorin la diversitat de comerços del seu entorn i els serveis que ofereixen i elaborin criteris per consumir de manera crítica, activa i responsable.



- Fires i jornades en què l'any del comerç ha col·laborat estretament: Fira d'Agents & Brokers, Congrés Internacional de l'Agència Comercial, 6è Congrés Nacional d'ANCECO (centrales de compras y servicios), 1r Fòrum d'Urbanisme Comercial – Comerç i Ciutat: Trama Humana i Trama Urbana.
- Entre les exposicions i cites culturals programades cal destacar “L’urbanisme comercial”, al Col·legi d’Arquitectes; “La imatge del Comerç”, al FAD, i “La història de la ciutat a través del seu comerç”, al Museu d’Història de la ciutat.
- Campanya per millorar l’accessibilitat dels comerços de barri, impulsada per l’Institut Municipal de Persones amb Discapacitat i el de Paisatge Urbà i Qualitat de Vida.
- “Comerç accessible, comerç obert a tothom” és una iniciativa destinada als propietaris de locals comercials de menys de 500 metres quadrats i també als titulars de bars i restaurants de menys de cinquanta places que vulguin fer reformes als seus establiments per millorar-ne l’accessibilitat, com per exemple eliminar esglaons, construir rampes, ampliar espais interiors, adequar les portes d’accés i condicionar lavabos i emprovidors.

Altres celebracions programades dins l'Any del Comerç han estat: el 1r Dia del Comerç Compromès, la Fira Internacional de Serveis al Comerç, la creació del Codi de Bones Pràctiques del Comerç a Barcelona, l'impuls de campanyes informatives i promocionals dels mercats municipals i del producte fresc i la celebració de les I Jornades Europees de Mercats com a presentació de la nova Associació Europea de Mercats amb seu a Barcelona.

- La culminació de l'Any del Comerç s'esdevé amb la programació de tres fires diferents i complementàries, que s'han celebrat simultàniament i han ofert al professional del comerç una visió àmplia dels diferents mercats i serveis que el sector necessita. Aquestes han estat:

Servicom, la Fira de Serveis al Comerç. En aquest espai el comerciant hi podrà trobar tot el que necessita per al desenvolupament del seu negoci: des del professional d'instal·lació de botigues fins a serveis informàtics o financers.

Fira Agents & Brokers. Concebuda com una plataforma dedicada a les relacions comercials, un escenari on interactuen empreses i agents comercials o brokers per arribar a acords i col·laboracions de noves possibilitats de negoci.

Barcelona, negocis i franquícies. El saló que posa en contacte franquícies, llicències, proveïdors comercials i altres conceptes de negoci amb els visitants més qualificats.

- Finalment, el dia 31 de març del 2007, coincidint amb la 10a Mostra de Comerç de Sant Gervasi (carrer Muntaner, entre la ronda del Mig i la plaça de la Bonanova), ha tingut lloc als Jardins Vil·la Florida la clausura de l'Any del Comerç, amb la següent programació: representació de l'obra de Santiago Rusiñol L'auca del Senyor Esteve, seguit del sopar de l'intercanvi, al carrer Muntaner, i finalment, a la mitjanit, s'ha acabat amb una copa de cava a la mà per acomiadar l'Any del Comerç. Per raons climatològiques la representació de l'obra s'ha hagut d'ajornar i el sopar s'ha realitzat a dins de la Vil·la Florida.

Durant tot l'any també s'han celebrat diverses passarel·les de moda al carrer, Primavera i Tardor, Jornades de comerç al carrer, i en alguns casos s'han iniciat en districtes aquests actes promocionals del comerç de proximitat, i això ha quedat perfectament reflectit al DVD que s'adjunta i en la taula següent, on podem comprovar el nombre d'actes, 357, i el de persones assistents, 1.442.350.

RESUM ABRIL '06 - MARÇ '07

INDICADORS DE L'ACTIVITAT DE L'ANY DEL COMERÇ	2n trim. 06	3r trim. 06	4t trim. 06	1r trim. 07	TOTAL
Actes centrals	7	2	3	22	34
Congressos, jornades i assemblees	3	3	4	4	14
Fires, mercats i mostres	10	7	20	8	45
Premis i guardons	3	8	5	4	20
Festes i celebracions	77	23	50	14	164
Publicacions	0	3	2	4	9
Impresos informatius	6	7	6	37	56
Productes promocionals	4	4	2	5	15
Persones assistents	635.900	126.100	345.250	335100	1.442.350

Total actes 357
Total assistents 1.442.350

En definitiva, per a la ciutat de Barcelona i el seu comerç, aquest any ha estat molt especial, ja que, d'una banda, s'ha volgut retre homenatge al comerç, i tot el comerç de la ciutat hi ha participat activament; i de l'altra, s'ha fet arribar a la ciutadania una reflexió al voltant de la importància que té el comerç en l'evolució de la ciutat.

8. PROMOCIÓ DEL COMERÇ

8.1. El premi “Barcelona, la millor botiga del món”

1. Premi a la millor iniciativa empresarial comercial de l'any

S'atorga a l'establiment **Fishhh!**, situat al Centre Comercial L'Illa, que demostra un coneixement profund de les noves tendències comercials arreu del món pel que fa a la necessitat d'adaptar-se dia a dia a pautes socials dels consumidors.

La iniciativa de l'establiment Fishhh! apropa el consum de peix al comprador en un mateix local. El client tria el producte, que immediatament li és cuinat i servit en un nou concepte que uneix la necessitat d'aprofitar el temps del menjar ràpid amb un producte i una *mise en scène* d'alta qualitat.

2. Premi a la millor iniciativa agrupada per a la dinamització comercial de la ciutat

Es destaca que l'**Associació de Comerciants de Creu Coberta** afronta la competència de nous grans operadors en el seu entorn, amb iniciatives significatives de dinamització comercial.

De les seves tasques de dinamització, més o menys convencionals, el jurat en vol destacar el compromís de l'associació amb la ciutat, molt especialment el conjunt de serveis que l'Associació posa en funcionament per tal de millorar la seva oferta apropant-la als consumidors i engrescant els botiguers a participar activament en les diferents mostres organitzades al llarg de l'any.

3. Premi a la tasca de contribució a la promoció i el coneixement del comerç de la ciutat

S'atorga al **Sr. Gabriel Jené**. La ciutat reconeix la seva aportació decisiva en l'impuls i la presència constant de l'entitat Comertia en el desenvolupament del projecte comercial a l'entorn del mercat de Santa Caterina.

Gabriel Jené ha sabut transmetre el seu esperit jove i emprenedor a un conjunt de petits i mitjans empresaris del comerç, per liderar un projecte de renovació comercial en un barri fins aleshores deprimit, que ha servit com a llavor inicial per a molts altres projectes que l'organització que va presidir pot tirar endavant.

4. Premi a l'establiment comercial

S'atorga aquest premi a **Chocolat Factory**, que fa una aportació significativa a la imatge del comerç de la ciutat de Barcelona, amb una innovació tant en el tractament del producte com en la seva presentació i envasament, fent dels bombons de xocolata uns nous ambaixadors de Barcelona en la seva expansió i presència en mercats allunyats com pot ser el xinès, des de la seva primera botiga al barri de Sant Gervasi.

Es concedeixen dos diplomes. El primer, a la **Pâtisserie Mas**, amb els seus establiments al passeig Maragall, que constitueix tota una referència al barri, amb la innovació dels seus productes en un marc adequat de servei i presentació. Una pantalla que reproduïx els processos de l'obra i la projecció del producte acompanyen el consumidor en la seva compra.

I el segon diploma, al **Celler de Gelida**. En un altre barri de la ciutat, al cor de Sants i el carrer Vallespir, aquest establiment s'ha convertit en un referent, i no tan sols a la ciutat sinó a tot el món, en la difusió de l'enologia amb una acurada selecció de referències i l'ús intel·ligent de les tecnologies d'informació i comunicació per part de les noves generacions de l'empresa.

8.2. La campanya de promoció del comerç

Durant l'any 2006, s'ha continuat la campanya de promoció del comerç mitjançant diferents plans d'actuació, que en aquesta ocasió ha coincidit amb l'Any del Comerç (març del 2006 - març del 2007):

Campanya de Nadal i campanya de primavera, amb espots publicitaris a les principals cadenes de televisió, emissores de ràdio i anuncis en premsa i revistes especialitzades.

Creació i distribució de diferents productes de bona acceptació per part dels comerciants: 200.000 bosses de paper, 400.000 entrades per al Parc Zoològic, 350.000 punts de llibre amb motiu de la Diada de Sant Jordi, i 2.200 bosses làmpades. Coincidint amb l'Any del Comerç, s'han realitzat nous productes: 5.000 samarretes, 2.000 copes commemoratives i el joc del comerç.

8.3. Web de comerç

El web de comerç, amb quatre anys de funcionament, pretén donar serveis i informació al ciutadà i/o al comerciant relacionats amb el sector comercial de la ciutat de Barcelona. Aquesta eina de molts recursos va adaptant-se a les demandes, i actualment, entre els serveis que ofereix, cal destacar:

Accés a un directori d'establiments comercials, associacions de comerciants, mercats i fires al carrer

Notícies amb l'actualitat del comerç a la ciutat de Barcelona

Informació sobre els eixos comercials de Barcelona, i es facilita un enllaç amb el seu web

Publicacions en línia: estudis i enquestes sobre el sector comercial que es poden descarregar a través d'Internet.

Informació sobre els òrgans de participació: Fòrum Ciutat i Comerç i Consell Ciutat i Comerç

Canal dins "L'Ajuntament t'escolta" per contestar les consultes sobre el comerç

Informació sobre el premi anual "Barcelona, la millor botiga del món" i bases per participar-hi

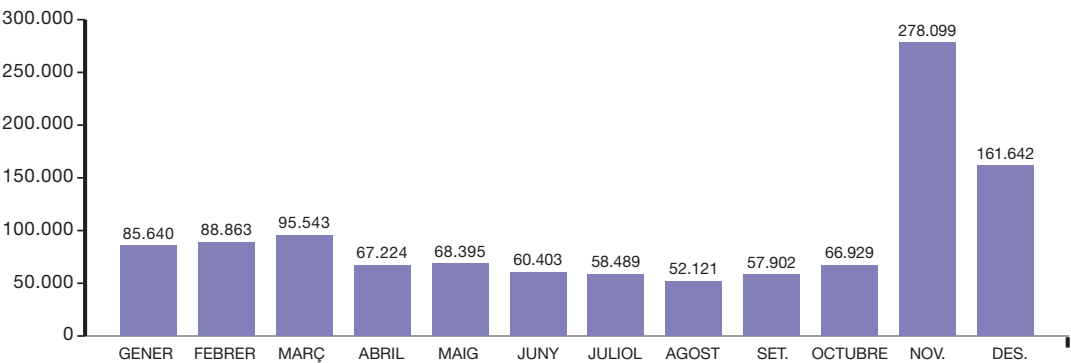
Enllaços amb webs d'interès per al sector comercial

Estadístiques de la pàgina web de comerç, any 2006:

RESUM DE VISUALITZACIÓ DE PÀGINA

Visualitzacions de pàgines	1.141.250
Mitjana per dia	3.126
Mitjana de pàgines vistes per dia	5,01

TENDÈNCIA DE LES PÀGINES VISUALITZADES



RESUM DE VISITES

Visitants únics	158.559
Visitants que hi van fer una sola visita	140.796
Visitants que hi van fer més d'una visita	17.763
Mitjana de visites per visitant	1,44

8. 4. Promoció del comerç als districtes

La proximitat a la ciutat és un factor clau per a la millora de la vida quotidiana i de les relacions socials de la ciutadania. Concretament, la descentralització administrativa i participativa en deu districtes municipals ha estat un gran avenç per apropar-se als ciutadans. És evident que la proximitat facilita detectar les necessitats dels ciutadans i millora els aspectes més bàsics com ara les dotacions i els serveis als barris. Així mateix, contribueix a dur a terme activitats i iniciatives per cohesionar el teixit social i dinamitzar la vida col·lectiva, com ara la promoció econòmica local. Les iniciatives dirigides a promoure l'economia d'un districte, i en concret el foment del comerç de barri, obtenen com a resultat: un sector comercial més ric i diversificat, una eina per a una bona convivència veïnal que, alhora, aporta vida i seguretat als barris.

La promoció als districtes aconsegueix una aproximació al comerç associat i de barri de cada territori per tal de conèixer les seves inquietuds i necessitats, per facilitar i donar suport a les campanyes de dinamització comercial que impulsen les entitats, les fires i festes de comerç. Alhora el foment del comerç, a escala de territori, es materialitza en diferents activitats en què els eixos comercials i les associacions participen als esdeveniments programats o en són col·laboradors actius.

La participació de les entitats de comerç és vital per intercanviar idees i fer propostes conjuntes, i generalment es realitza mitjançant l'òrgan consultiu, el Consell Sectorial de Comerç, que es reuneix al llarg de l'any per aprovar i impulsar campanyes i programes.

D'altra banda, en cada districte s'organitzen fires i mostres al carrer, que solen estar molt arrelades en la història dels barris. Cal tenir en compte que cada districte té les seves pròpies senyes d'identitat i que les iniciatives o activitats realitzades responen a aquestes característiques pròpies. A continuació es detallen algunes de les activitats que han tingut lloc als districtes durant l'any 2006 per promocionar el comerç de proximitat:

DISTRICTE CIUTAT VELLA

Fires	Els barris de Ciutat Vella s’omplen de les principals fires i mercats ocasionals al llarg de l’any.
Projectes	Projecte de mediació a la zona de Ponent
	Projecte de mediació als carrers Bòria, Corders i Carders i a les places de la Llana i de Sant Agustí
	Conferència “Comerç i immigració” al carrer Hospital
	Projecte “Assessorament, formació, inclusió en el teixit associatiu dels comerciants immigrants 2006-2008”
	Programa Departament de Treball, ampliació Llei de barris: vint plans d’ocupació, una casa d’oficis als locals de Santa Caterina.
	Campanya de Nadal
Actes	Festival de Jazz al Raval
	Dia de la Música al carrer Tallers
	Itineraris culturals al Nucli Antic
	Passarel·la de moda a la plaça Sant Cugat
	Premis comerciants de l’ACIB
	Diada de Sant Jordi al Raval
	Inauguració de la façana posterior del mercat de Santa Caterina
	Commemoració aniversari de la Reial Acadèmia de Farmàcia

DISTRICTE EIXAMPLE

Fires	Fires tradicionals de Rams a la rambla de Catalunya, Fira de Nadal a la plaça Sagrada Família, Fira de Sant Tomàs i de Reis a la Gran Via
Projectes	Mapa de recollida selectiva comercial
	Campanya “Comerç accessible, comerç obert a tothom”
	Nadal al Comerç
	Neteja
	Campanya de promoció: primavera, tardor, Nadal
Actes	Llibre commemoratiu del 75è aniversari dels Encants Nous
	Festes del Comerç als barris

DISTRICTE SANTS-MONTJUÏC

Fires	Fira Medieval a Creu Coberta, Fira de Nadal a Sants i Fira d'Artesans a Sants
Projectes	Presentació del servei a domicili del mercat de Sants
	Marató de TV3, recollida
	Presentació de l'Associació de Comerciants del Poble-sec
	Presentació de l'Eix Comercial Sants - les Corts
Actes	36è Cavalcada de Reis - Festa de Reis a Can Mantega - encesa llums de Nadal - recollida de cartes
	Calçotada de Valls
	10è Concurs de Truites Carnestoltes
	6a Rua de Carnestoltes
	12a Festa de Sant Medir a l'entorn del mercat
	4a Mostra de Comerç
	Premis Sants - Creu Coberta

DISTRICTE LES CORTS

Fires	Fira d'artesans a la plaça Comas - Col·lectiu d'Artistes Art-Directe als jardins Clara Campoamor - Fira de Nadal i artesans als jardins de Can Bruixa
Projectes	Tretze convenis de col·laboració, patrocini i organització d'actes al districte amb empreses
	Campanyes de Nadal i de Sant Jordi
	Normalització Lingüística
Actes	Mostra de les associacions de comerciants de: carrers Galileu, Mirall de Pedralbes, Joan Güell - tram mitjà, i Vallespir
	Activitats a la Festa Major

DISTRICTE SARRIÀ - SANT GERVASI

Fires	Fira de Sant Ponç a les places de Sant Vicenç de Sarrià i de Mañé i Flaquer - Fira de Brocanters a Sarrià i al Putxet - Fira del Llibreter Vell a Sarrià - Fira de Productes Artesans a la plaça Sarrià - Fira comercial d'alimentació "El petit artesà" - Fira de Nadal a Sarrià, al Putxet, a Vallvidrera i a la plaça Bonanova
Projectes	Participació dels eixos comercials de Sarrià i Sant Gervasi a les seves respectives festes majors. Campanya de Nadal a Sarrià i a Sant Gervasi
Actes	9a Mostra de Comerç a Sarrià i a Sant Gervasi

DISTRICTE DE GRÀCIA

Fires	Fira de Productes Alimentaris Artesanals al pg. Sant Joan, 1a Fira del Llibre, Fira d'Artesania al Parc Güell, II Fira de Nadal dels Centres Penitenciaris de Catalunya als Jardinets de Gràcia
Projectes	Pla pilot de civisme al carrer Gran de Gràcia Remodelació del mercat de la Llibertat <i>El comerç a Gràcia</i> , vídeo que recull les diferents associacions i mercats amb participació activa al districte Campanya de Nadal Presentació del nou entorn comercial, la Travessera de Gràcia
Actes	Festa de comerç unitària Suport a la Festa Commemorativa dels deu anys d'activitats de l'Associació d'Amics de les Antiguitats. Suport a "Harmonies, 14 propostes musicals en 14 espais insòlits"

DISTRICTE D'HORTA-GUINARDÓ

Fires	Fira d'Artesania Popular Catalana a la plaça Eivissa
Projectes	Conveni per normalitzar la retolació comercial del districte
	Recollida selectiva comercial al Baix Guinardó
	Programa especial "Neteja de cartells i adhesius a façanes i mobiliari urbà"
	Campanya de Nadal
Actes	Mostres de comerç: eix Maragall - Cor d'Horta - Carmel Centre
	Cavalcada de Reis
	Rues de Carnestoltes: Horta-Carmel i Guinardó

DISTRICTE NOU BARRIS

Fires	Fira de Reis, Fira de Sant Jordi, Fira de Sant Ponç, totes a la Marquesina de Via Júlia - Fira d'Alimentació Artesana a la plaça Virrei Amat - Fira d'Artesania al passeig Maragall
Projectes	Estudi sobre la situació del comerç de nouvinguts als barris de Ciutat Meridiana i Turó de la Peira
	Suport al Projecte associatiu de la Coordinadora de Comerciants Ciutat Meridiana
	Suport al Projecte associatiu del Grup de Comerciants de Roquetes
	Campanya de Nadal
Actes	Activitats de la Festa Major (actuacions musicals, activitats infantils, etc.)
	6a Mostra de Mercats a la Festa Major
	II Setmana de Comerç a Nou Barris, amb diferents activitats: exposició fotogràfica, II Concurs de Contes, I Concurs de Fotografia, sopar del Comerç, I Passarel·la del Comerç

DISTRICTE SANT ANDREU

Fires	Fira d'Artesania a la plaça Comerç - Merca Hobby a la plaça Massadas - Mercat de Pintors a la rambla Onze de Setembre
Projectes	Procés participatiu Fabra i Coats Campanya "Comerç accessible, comerç obert a tothom" Campanya de Nadal
Actes	Carnestoltes Sortida de comerç al carrer Festa Comerç de Tardor 11a Festa del Comerç

DISTRICTE SANT MARTÍ

Fires	Fira d'Artesans de la rambla del Poblenou / Clot / plaça Oca - Fira de Pintura Port Olímpic.
Projectes	Accions de civisme i neteja a comerços zona Diagonal Mar Campanya de control de l'ocupació irregular de la via pública Acord de col·laboració amb la Unió de Mútues per al patrocini del llibre <i>El comerç a Sant Martí. Dels establiments centenaris als nous eixos comercials</i> Presentació de l'entitat Sant Martí Eix Comercial i inauguració de la seva seu Campanya "Comerç i civisme a Sant Martí"
Actes	Activitat "Fem dissabte" i passeig cívic per la Vila Olímpica Dia del Comerç al Carrer 5a Setmana del Comerç a Sant Martí Lliurament dels Premis de Comerç Sant Martí Lliurament dels Premis Tastatapes '06

9. MERCATS MUNICIPALS

Nous mercats per a la ciutat

El desenvolupament de les obres de remodelació del mercat de la Barceloneta han centrat les actuacions de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB) durant el 2006. Però també l'inici de les obres del mercat de Sarrià i la construcció del mercat provisional de la Llibertat. El tercer any d'implantació del Pla d'actuació municipal (PAM) 2004-2007 ha permès també iniciar els tràmits per construir el mercat provisional del Guinardó mentre es contrueix el nou. Dotat amb prop de 50 milions d'euros, el PAM estableix com a objectiu la modernització dels mercats de la ciutat per posar-los al dia en funció de les necessitats dels ciutadans. A tot això s'hi han de sumar les actuacions realitzades dins el pla de millores, més de seixanta, amb una inversió de més de 750.000 €.

Les reformes que s'han efectuat han servit per crear un nou mix comercial i per dotar els mercats de nous serveis, infraestructures i logística, com ara el transport a domicili, les noves tecnologies o el pagament amb targeta de client, entre d'altres.

- **La Barceloneta:** El 2005 es va presentar el projecte de remodelació del mercat i es van començar unes obres signades per l'arquitecte Josep Mias, deixeble del prestigiós Enric Miralles. Un dels aspectes més innovadors del nou mercat és que generarà energia solar, on s'instal·laran 180 plaques fotovoltaïques a la coberta que produiran 30 kw per hora.. El 2006 s'han acabat de desenvolupar les obres. Una vegada finalitzat el mercat, tindrà 36 establiments comercials, 27 de producte fresc i 6 parades especials, comptarà amb dues zones de restauració i un autoservei, així com unes importants instal·lacions logístiques i de serveis. Es preveu que sigui inaugurat el primer trimestre del 2007.
- **La Llibertat:** Durant el 2006, s'ha redactat el projecte executiu del nou mercat i s'ha construït el mercat provisional per tal que els comerciants s'hi traslladin al febrer del 2007 per poder iniciar les obres del nou edifici.
- **Sarrià:** El 2006 s'ha portat a terme la part més important de les obres de remodelació integral de l'edifici i de les instal·lacions, i una part important de la sala de vendes, que incorporarà noves ofertes orientades a la degustació, així com la construcció d'un aparcament que facilitarà l'accés dels clients al mercat. Aquesta actuació s'ha fet amb només el tancament de quaranta dies de l'activitat comercial, i estarà enllestida a l'estiu del 2007.
- **Guinardó:** S'ha avançat en l'acord amb els comerciants per al trasllat del mercat, al mateix temps que es redactava el projecte del mercat provisional, que començarà a construir-se durant el segon trimestre del 2007.

Pla de millores

Aquest programa ha estat creat en aquest mandat, està dotat amb fons de nova creació, i nodrit amb part de les aportacions dels comerciants a l'Ajuntament. El 2006, ha inclòs més de seixanta actuacions en un total de vint-i-dos mercats de la ciutat, fet que suposa una inversió de més de 700.000 €. Les millores que s'han dut a terme estan dirigides tant als clients dels mercats com als treballadors d'aquests.

Les principals obres de millora realitzades durant el 2006 han estat les següents:

- **Horta:** Adequació de finestrals, remodelació de cambres frigorífiques 2a fase.
- **Carmel:** Obres de construcció recinte muntacàrregues i instal·lació muntacàrregues, canvi ubicació condensadora cambra frigorífica, reparació jàsseres de la rampa d'accés.
- **Provençals:** Reparació formigó forjat aparcament.
- **Abaceria:** Obres modificació vorera i col·locació de fitons.
- **Núria:** Adequació zona brossa.
- **Fort Pienc:** Ampliació sistema climatització, mod. xarxa desguassos.
- **Trinitat:** Adequació magatzems per a arxiu.
- **Concepció:** Instal·lació de catorze papereres, poliment i abrillantament del paviment.
- **Sant Gervasi:** Nova connexió de servei d'aigua.
- **Clot:** Renovació de les dues portes automàtiques de la plaça del Mercat, reparació de la tremuja.
- **Sants:** Substitució enllumenat cambres frigorífiques.
- **Ninot:** Substitució plaques fibrociment coberta.
- **Vall d'Hebron:** Reparació jàsseres.
- **Boqueria:** Reparació paviment zona peix, substitució bateria condensadora.
- **Sant Martí:** Substitució cabina muntacàrregues.
- **Fira de Bellcaire:** Construcció gual c/ Dos de Maig.
- **Hostafrancs:** Construcció passarel·la cambra brossa, instal·lació bateria condensadora.
- **Galvany:** Canalització de les aigües pluvials.
- **Marina:** Modificació rètol mercat.
- **Besòs:** Canvi fusteria metàl·lica direcció mercat.
- **Diversos:** Adequació a norma dels muntacàrregues 1a fase.

Al mateix temps, es fan actuacions constants de manteniment. Concretament, el nombre d'intervencions ha estat el següent:

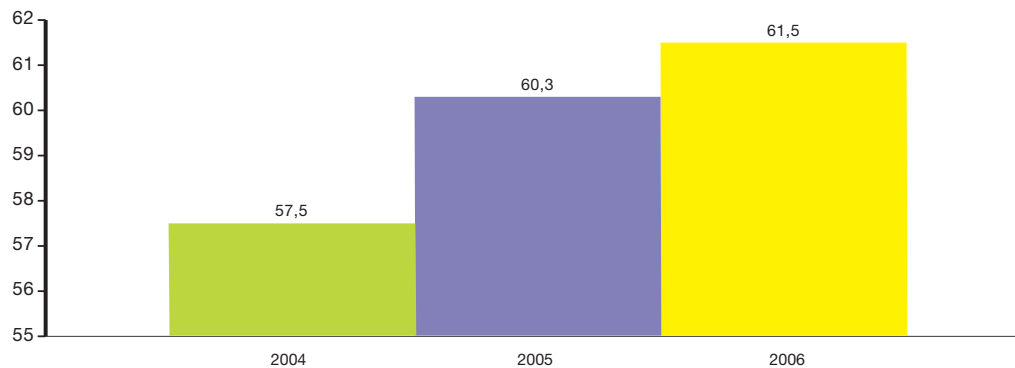
- Obra civil 221 intervencions
- Elevadors i muntacàrregues 370 intervencions
- Instal·lacions elèctriques 200 intervencions
- Cambres frigorífiques 248 intervencions
- Permisos d'obres 154 intervencions

Òmnibus municipal

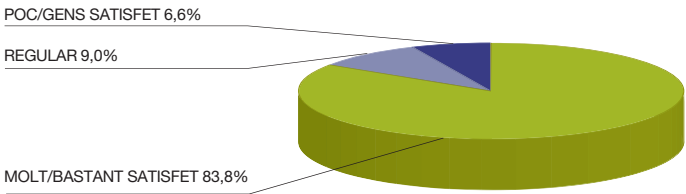
L'estudi encarregat per l'IMMB a l'Òmnibus de tardor sobre l'ús dels mercats de Barcelona revela que, en comparació dels anys 2004 i 2005, ha augmentat el nombre de ciutadans que compra als mercats municipals de la ciutat. També destaca l'augment dels joves que utilitzen aquests equipaments, i un augment del grau de satisfacció de la població pel que fa al servei que ofereixen. Davant la pregunta de si solen anar a comprar als mercats, un 61,5% dels enquestats afirma que sí, un resultat que suposa un augment de l'1,5% respecte a l'any 2005 i un 7% respecte al 2004. Més de la meitat dels enquestats d'entre 25 i 34 anys acostumen a fer les seves compres al mercat.

VOSTÈ SOL ANAR A COMPRAR AL MERCAT MUNICIPAL?

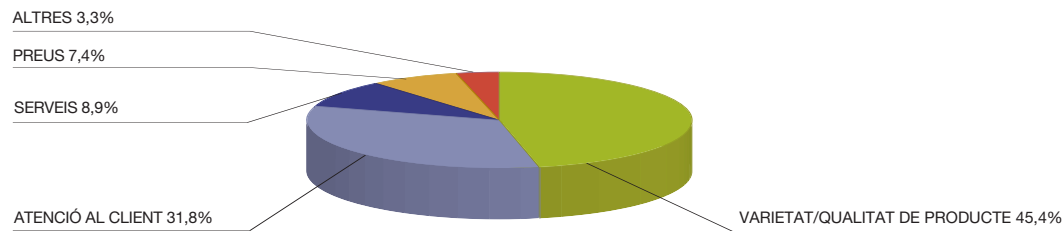
(%)



FACTORS DE SATISFACCIÓ



FACTORS DE SATISFACCIÓ



Rejuveniment dels operadors

El rejuveniment dels operadors suposa un impuls a una de les variables més sensibles per a la continuïtat competitiva dels mercats, el relleu generacional.

Any 2006	Traspassos intervius	Cessions pares-fills	Cessions entre cònjuges	Traspassos mortis causa
Nre. expedients	392	61	11	11
Edat mitjana cedent	52,8	67,0	52,2	67,4
Edat mitjana cessionari	40,5	40,3	48,2	45,1
Diferencial	-12,4	-26,7	-4,0	-22,3

Promoció i comunicació

L'Institut s'ha dotat d'un Pla de comunicació propi, l'objectiu del qual és planificar les accions de comunicació i promoció de la xarxa de mercats amb l'objectiu de promoure un més gran coneixement i ús dels mercats entre els ciutadans, posar en valor els seus actius i donar a conèixer la intervenció que l'Ajuntament de Barcelona hi fa en matèria d'inversions, millores i promoció.

Accions

- Reforma integral del mercat de la Barceloneta
- Rehabilitació del mercat de Sarrià
- Construcció d'un mercat provisional de la Llibertat
- Acord per la remodelació del mercat de les Corts
- Acord sobre el trasllat del mercat del Guinardó mentre es rehabilita
- Inversió en millores als mercats (Pla de millores)
- Llançament de la campanya de promoció comercial "Els mercats es mouen. Véns?" (a la televisió, la ràdio, la premsa, als busos, al metro i al carrer)
- Extensió del servei de transport a domicili (Clot i Sants)
- Promoció dels productes autòctons als mercats municipals
- Campanya educativa "Menjo sa perquè menjo de mercat"
- Tancament de la campanya per a estudiants de secundària "Coneguem el mercat i els seus productes"
- Conveni amb el Banc d'Aliments
- Acord de col·laboració amb els Mossos d'Esquadra
- 3a Setmana Europea contra el Càncer
- Campanya Bossa Solidària
- Festival solidari DJs contra la Fam al mercat de Sant Antoni
- Carnaval als Mercats (Dijous Gras i concurs Pebrot d'Or i Mary Santpere)
- Nadal i Reis als Mercats (bústies reials a tots els mercats)
- 2n any de Mercat Medieval a Santa Caterina
- Mercat Modernista a la Concepció
- Any de la Gastronomia als Mercats municipals de Barcelona:
 - Cuines de Catalunya (la Cuina del Bages i els Calçots de Valls)
 - Cuina al Mercat (Carles Gaig a Galvany)
 - Gerard Quintana tanca l'Any de la Gastronomia a Santa Caterina
- EMPORION
 - Fundació a Barcelona
 - Reunions de treball a Londres i a Budapest
 - Presentació davant les institucions europees a Brussel·les

- Conveni entre l'IMMB i la UPC
- Participació de l'IMMB en el programa EWSEMS (projecte Sòcrates de la UE) sobre arquitectura i mercats, a Istanbul
- Visites d'estudiants Erasmus als mercats
- Participació en l'Any del Comerç
- Nova campanya per modernitzar els comerços dels mercats (inclosa l'adaptació dels cartells al català)
- Assessorament a l'Ajuntament de Sant Cugat del Vallès en la rehabilitació del mercat de Pere San
- Realització de dues exposicions: "Fem mercats, fem Barcelona" i "El treball als mercats"
- Edició de l'*Infomercats* i l'*Infomercats Digital*, la revista de reflexió i anàlisi *La Plaça*, i elaboració d'una pàgina setmanal al diari *Avui*
- Altres col·laboracions en el calendari sociocultural de la ciutat i iniciatives de les associacions de comerciants (Mostra de Mercats de Nou Barris, participació en festes majors, Sant Joan, Sant Jordi, etc.)



Relacions públiques i visites organitzades

L'IMMB ha organitzat visites guiades als mercats per a grups tècnics d'altres municipis i turístics nacionals i internacionals També ha concedit regularment permisos per fer filmacions, connexions radiofòniques i sessions fotogràfiques (per a estudiants, empreses d'audiovisuals, productores i mitjans de comunicació), i ha autoritzat empreses privades a fer campanyes promocionals als mercats d'acord amb l'Ordenança de mercats.

Permisos de filmacions i fotografies	352
Visites d'alumnes i primària i secundària als mercats	91
Total alumnes	1.966

Actuacions exteriors i assessoraments

■ **Mercat de Molins de Rei**

Conveni signat l'1 d'abril del 2004 per a la realització de les tasques següents:

Continuar l'assessorament comercial a l'Ajuntament de Molins de Rei.

■ **Mercat de Sant Joan a Vilassar de Mar**

Renovació del contracte per executar les línies bàsiques establertes en l'estudi realitzat per l'IMMB el 2005, i realitzar la remodelació del mercat de Sant Joan, signat amb data 15 de desembre del 2006 i que implica una relació de trenta mesos fins al lliurament previst del procés de remodelació.

■ **Praza do Mercado d'Abastos, Santiago de Compostel·la**

Conveni de col·laboració per a l'assessorament durant un any, signat el 24 de maig del 2005; treballs complets, el 31 de desembre del 2006.

■ **Mercat Municipal de Berga**

Elaboració d'un estudi de caràcter comercial que hauria d'inspirar la futura remodelació del mercat. Actualment en fase d'elaboració, lliurament previst dels treballs: 10 de març del 2007.

■ **Mercat municipal de Plaça Gran (Mataró)**

Elaboració d'un conjunt de propostes per reordenar i remodelar aquest mercat que pel seu caràcter mínim i alhora monumental són descrites en un dossier d'assessorament a l'Ajuntament i a l'arquitecte dissenyador del projecte.

■ **Mercat municipal de Pere San (Sant Cugat)**

Elaboració d'un conjunt de treballs encaminats a poder aplicar les recomanacions establertes per l'estudi realitzat per l'empresa Barcelona Economia.

■ **Mercats municipals de Lleida**

Acord de col·laboració entre l'IMMB i l'Institut Municipal dels Mercats de Lleida per a assessorament comercial durant el període 2006.

■ **Mercats municipals de Gavà**

Elaboració d'un estudi de caràcter comercial que hauria d'inspirar la futura remodelació dels mercats de la població. Actualment en fase d'elaboració, lliurament previst dels treballs: segon trimestre del 2007.

■ **Mercats municipals d'Esplugues de Llobregat**

Renovació del contracte per executar les línies bàsiques establertes a l'estudi realitzat per l'IMMB el 2005, i fer la remodelació dels mercats de la Plana i de Can Vidalet, que implica una relació de trenta mesos fins al lliurament previst del procés de remodelació.

Estudis i actuacions comercials de mercats

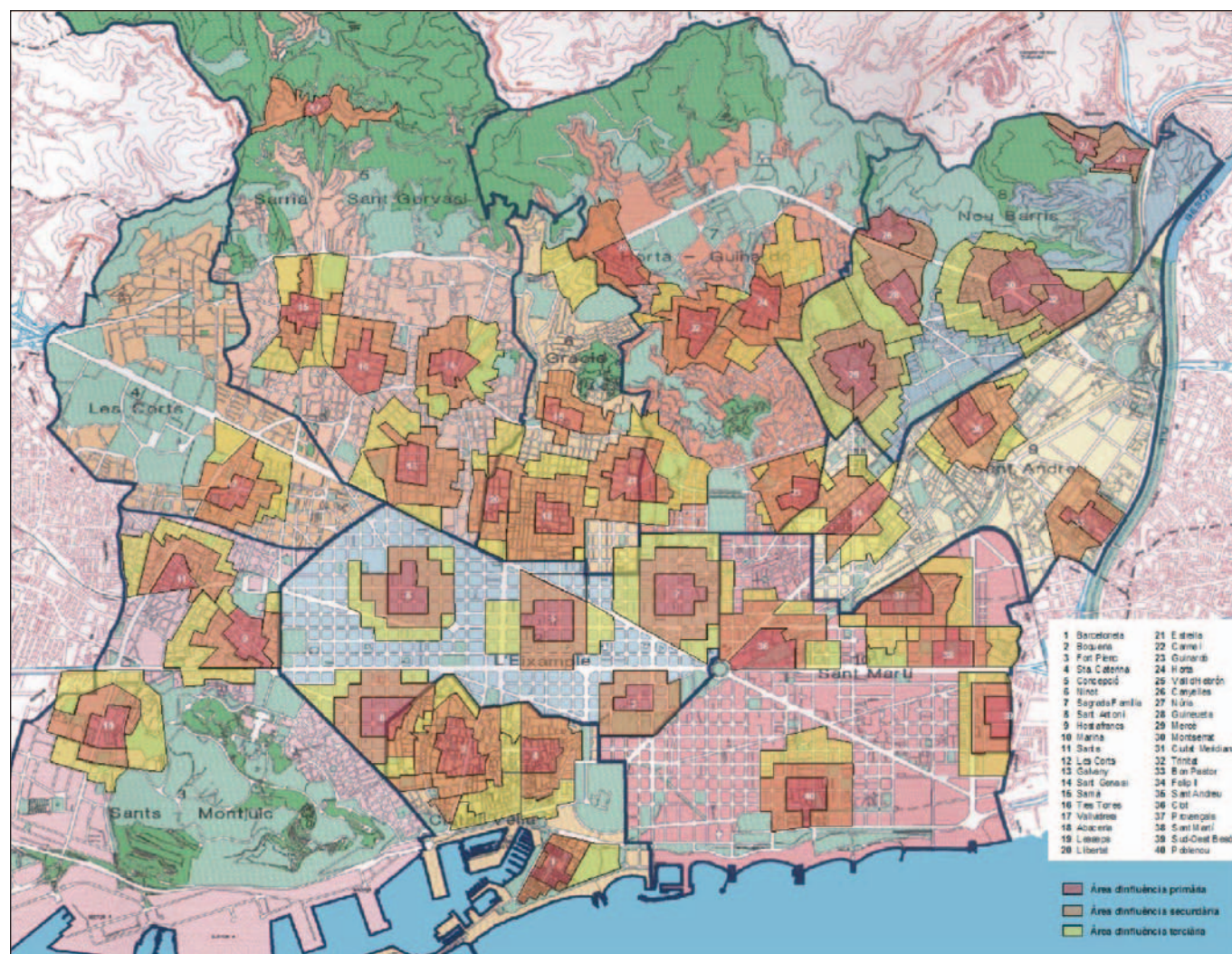
- **Mercat de la Guineueta:** Elaboració de l'estudi de caràcter comercial que haurà d'inspirar la futura remodelació del mercat, presentat el juliol del 2006 i previst per al període 2008-2010.
- **Mercat de les Corts:** Elaboració de l'estudi de caràcter comercial que haurà d'inspirar la futura remodelació parcial del mercat, amb l'inici previst a l'estiu del 2007.
- Realització i actualització constant dels estudis comparatius de fluxos de públic als mercats.
- Adjudicació de l'autoservei del nou mercat de la Barceloneta a la cadena de distribució Caprabo, i dels dos restaurants del mateix mercat, a Grupo Husa i restaurant Lluçanès, respectivament.
- Creació i adjudicació dels magatzems de nova creació al mercat remodelat de la Barceloneta.
- Ampliacions de denominació. Concretament, s'han tramitat un total de trenta-dos expedients, per incorporar la venda de plats cuinats i precuinats, o altres activitats a establiments de diferents mercats. El cas més significatiu és el del mercat de Sarrià, on, fruit de la reordenació comercial que ha suposat la remodelació d'aquest mercat, alguns establiments han reorientat aquestes ampliacions de denominació oferint els seus productes en forma de degustació al mateix establiment.

Resultat econòmic de l'exercici

Les magnituds econòmiques i financeres del balanç que presenta l'IMMB al tancament de l'exercici 2006 ofereixen un comportament certament positiu i equilibrat respecte als exercicis anteriors. El resultat de l'exercici és de 65 milers d'euros.

Alguns dels indicadors més significatius es recullen en el quadre següent:

Indicadors generals del nivell d'activitat	2003	2004	2005	2006
Plantilla mitjana	72	72	72	72
Inversió (milers d'euros)	5.025	6.506	6.554	10.169
Pròpia	28	45	111	103
Per compte de l'Ajuntament	4.997	5.461	6.443	10.066
Resultat comptable (milers d'euros)	306	1	66	44
Flux de caixa (milers d'euros)	733	1.008	285	235



10. COMERÇ ELECTRÒNIC

A escala internacional, l'any 2006 s'ha tornat a caracteritzar pel fort augment i la consolidació del comerç electrònic. Segons dades del Departament de Comerç nord-americà, als Estats Units el comerç electrònic entre empreses i consumidors ha experimentat un increment percentual durant l'exercici del 23,5%, -0,4 punts més que l'any anterior-, i el B2C ja representa el 2,8% del valor total de les vendes al detall.

Pel que fa la Unió Europea, la tendència d'expansió del comerç a través de la xarxa segueix el seu curs ascendent, tot i que una mica per darrere dels Estats Units tant en xifra de negoci com en percentatge sobre el total de les vendes. A la UE, el 4% de les vendes de les empreses es comercialitza per Internet -superant amb escreix el 2,1% de l'any anterior-, amb valors destacats en països com ara Dinamarca (11%), Suècia, Noruega i el Regne Unit (el 6% a tots tres països). L'1% de les vendes de les empreses va a parar a mans dels consumidors a través de la xarxa (B2C). D'altra banda, el 21% dels europeus ha comprat per Internet en els darrers tres mesos, i hi destaquen sobre la resta els holandesos, els alemanys, els britànics i els suecs, amb percentatges superiors al 35%.

Les estadístiques posen de manifest que actualment gran part del volum de comerç electrònic es desenvolupa als Estats Units, al Regne Unit i als països nòrdics. No obstant això, aquest és un mercat amb un enorme potencial de creixement, ja que permetrà a les empreses posar a disposició els seus productes amb una reducció important dels costos. Per exemple, a l'Amèrica Llatina s'estima que el comerç electrònic creixerà a taxes del 40% anual entre el 2006 i el 2010, segons l'American Economy Intelligence (AEI). Ara com ara, el Brasil abasta aproximadament la meitat del comerç electrònic llatinoamericà, i els creixements més importants a la regió des del 2005 corresponen a Veneçuela (185%) i a Mèxic (104%). Els principals problemes per la seva difusió a la regió són l'ús encara escàs d'Internet -8,2 milions de connexions, enfront dels 43,4 milions dels EUA, tot i que a l'Amèrica Llatina han crescut un 25% des de l'any 2005- i el fet que les actuals lleis sobre e-comerç són notablement restrictives.

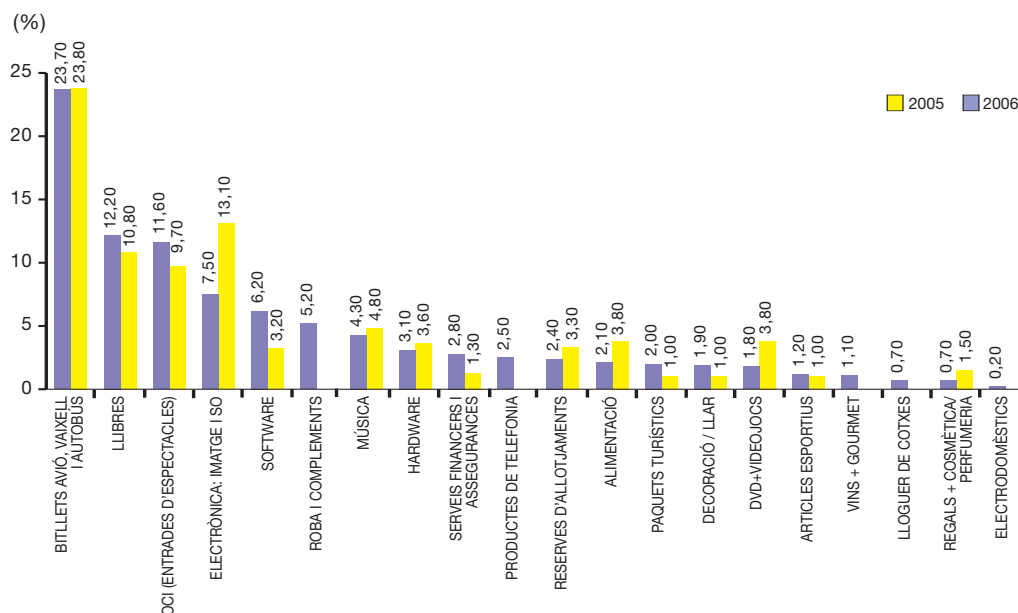
Espanya

Segons la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions, en el conjunt d'Espanya el comerç a través de la xarxa (B2C) ha generat 2.465 milions d'euros de facturació el 2006. Durant el 2006, la CMT va comptabilitzar un total de 30,9 milions d'operacions d'e-comerç amb origen o destí a Espanya, un 56% més que el 2005.

D'acord amb les dades de l'Observatori de la Societat de les Telecomunicacions, el percentatge d'internautes que han fet compres en línia el 2006 se situa a prop del 25%. No obstant això, el nombre absolut de compradors a través de la xarxa ha augmentat -ja que el nivell d'accés a Internet és superior-, i el 2006 se situa en 4.325.000 persones, un 10% més que l'any anterior.

La tipologia dels béns i serveis adquirits el 2006 no ha variat de manera significativa sobre les dades d'anys anteriors. Els més demanats han estat els bitllets de transport, amb un volum de vendes de 554 milions d'euros, xifra que representa un creixement del 63% respecte al 2005. En segon lloc es troben les agències de viatges i els operadors turístics, amb una facturació de 265 milions d'euros -un 68% més que l'any anterior. El creixement interanual més gran correspon als jocs d'atzar i les apostes en línia, que aquest any han duplicat les xifres del 2005, amb vendes per un total de 161 milions d'euros.

BÉNS I SERVEIS COMPRATS PER PRIMERA VEGADA A INTERNET A ESPANYA L'ANY 2006 EN PERCENTATGE SOBRE EL TOTAL DE COMPRADORS ONLINE



Entre els productes adquirits per primera vegada a la xarxa pels internautes, destaquen els bitllets de tren, avió o vaixell en un 23,7% dels casos, els llibres en un 12,2%, i les entrades d'espectacles en un 11,6%. Aquests dos darrers béns són relativament barats i poc proclius que es donin complicacions en la compra, fet important a causa de la inseguretat que genera en l'internauta la primera compra en línia.

Pel que fa al comerç electrònic entre empreses (B2B), segons l'Institut Nacional d'Estadística, representa el 87,8% del total d'e-comerç desenvolupat a Espanya. El 2006, gairebé el 9% de les empreses espanyoles van fer vendes a través d'Internet o altres xarxes telemàtiques. El volum de negoci generat va ser de 95.613 milions d'euros, el doble que l'any anterior.

Les branques d'activitat que presenten un percentatge més alt d'empreses que venen a través del comerç electrònic són els hotels i càmpings, amb un 56,4%, i els serveis audiovisuals, amb un 21,7%. D'altra banda, les que mostren una proporció més elevada de vendes en línia sobre el total de vendes són les empreses de maquinària i equip mecànic, material i equip elèctric, electrònic i òptic, i material de transport i indústries manufactureres diverses (15,4%); alimentació, begudes i tabac, indústria tèxtil, confecció, cuir i calçat, fusta i suro i paper (11,7%), i hotels i càmpings (10,3%).

Pel que fa a les compres per via electrònica, aproximadament un 17% de les empreses espanyoles van fer compres mitjançant Internet o altres xarxes telemàtiques durant l'any 2006, i van generar un volum de negoci de 85.500 milions d'euros, xifra que suposa un augment del 120% respecte al 2005.

Les branques que presenten un percentatge més alt d'empreses que compren a través del comerç electrònic són les activitats informàtiques (57,9%), i la venda i reparació de vehicles de motor (35,4%). Pel que fa a les branques amb un percentatge més elevat de compres en línia sobre el total, són el comerç minorista (27,2%), i la venda i reparació de vehicles de motor (17,2%).

COMERÇ ELECTRÒNIC SOBRE LA FACTURACIÓ TOTAL DE LES EMPRESES A LA UNIÓ EUROPEA (EN %)

	2006
UE -25	11,7
Dinamarca	17,5
Regne Unit	17,4
França	16,7
Irlanda	16,7
Finlàndia	14,3
Alemanya	13,9
Noruega	13,9
Suècia	13,6
Àustria	9,9
Eslovènia	9,2
Portugal	8,2
Islàndia	8,0
Bèlgica	7,9
Rep. Txeca	7,1
Hongria	7,0
Espanya	6,9
Polònia	5,9
Lituània	5,1
Grècia	2,8
Itàlia	2,0
Xipre	1,6
Letònia	1,3
Bulgària	0,1
Eslovàquia	0

Font: Eurostat

D'acord amb les dades d'Eurostat, el pes del comerç electrònic sobre la facturació total de les empreses a Espanya es xifra el 2006 en un 6,9%, percentatge que es troba clarament per sota de la mitjana de la Unió Europea (11,7%). Aquest indicador se situava el 2005 en el 2,7%, i per tant s'observa un avenç important en l'e-comerç espanyol. Tot i això, aquesta xifra és inferior a les de la majoria de països europeus occidentals i només supera les d'Itàlia, Grècia i diversos estats de l'Europa de l'est, i això posa de manifest que es tracta d'una activitat amb un gran potencial de desenvolupament en els propers anys.

Catalunya

Segons l’Enquesta sobre l’equipament i l’ús de les TIC a les llars de Catalunya realitzada a la primavera del 2006, 1.055.904 catalans (596.489 homes i 459.415 dones) van comprar per Internet en els dotze mesos anteriors, xifra que suposa un 14,8% de la població. La població de 15 a 34 anys és la que més utilitza el comerç electrònic (i concentra el 52% dels compradors en línia), i gairebé la meitat (un 48,3%) del total de compradors a través de la xarxa es troben en ciutats de més de 100.000 habitants i capitals de província.

PERFIL DELS COMPRADORS PER INTERNET DURANT EL DARRER ANY

	Persones que han comprat per Internet el darrer any	% SOBRE EL TOTAL
Home	596.489	56,5
Dona	459.415	43,5
De 15 a 24 anys	186.284	17,6
De 25 a 34 anys	362.586	34,3
De 35 a 44 anys	267.090	25,3
De 45 a 54 anys	169.279	16,0
De 55 a 64 anys	68.256	6,5
De 65 a 74 anys	2.408	0,2
Més de 100.000 hab. i capitals de província	509.850	48,3
De 50.000 a 100.000 hab.	146.745	13,9
De 20.000 a 50.000 hab.	143.759	13,6
De 10.000 a 20.000 hab.	83.409	7,9
Menys de 10.000 hab.	172.141	16,3
CATALUNYA	1.055.904	100,0

Font: Enquesta s/ l'equipament i l'ús de les TIC a les llars de Catalunya i Idescat a partir de l'INE.

Les comarques amb més alt índex de compres a través d’Internet el 2006 (sent la mitjana de Catalunya = 100) han estat el Garraf (136,1), el Vallès Occidental (126,4) i el Maresme (125,1). D’altra banda, les de menor desenvolupament del comerç electrònic són la Terra Alta (60,5), les Garrigues (60,8) i l’Anoia (68,6).

Pel que fa al tipus de productes adquirits en línia, cal destacar per sobre de la resta els viatges o allotjaments de vacances, amb un 65,2% del total dels compradors per Internet, i les entrades a espectacles, amb un 38,4% sobre el total. Els béns i serveis menys demandats a través de la xarxa, però que es preveu que incrementin els seus valors en els pròxims anys, són les loteries i apostes (3,8%), i les accions, valors i assegurances (6,6%).

PRODUCTES O SERVEIS ADQUIRITS A TRAVÉS D'INTERNET EN ELS DARRERS 3 MESOS
CATALUNYA 20< PER CARACTERÍSTIQUES DEMOGRÀFIQUES I EN PERCENTATGE SOBRE EL TOTAL DE COMPRADORS

	Productes per a llar	Vídeos o música	Llibres, revistes, etc.	Roba o material esportiu	Programari d'ordinador	Material informàtic
Home	13,3	20,5	21,8	10,9	13,9	26,8
Dona	24,3	4,7	16,4	16,8	10,8	9,6
De 15 a 24 anys	4,4	26,8	22,3	14,2	13,2	16,4
De 25 a 34 anys	15,7	9,2	15,4	18,2	13,7	18,7
De 35 a 44 anys	31,7	9,1	15,7	10,4	9,7	17,8
De 45 a 54 anys	22,7	14,0	26,9	7,6	13,2	24,9
De 55 a 64 anys	16,7	10,3	30,4	10,8	12,4	18,5
De 65 a 74 anys	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Més de 100.000 hab. i capitals de província	19,8	19,0	21,6	9,3	12,0	15,9
De 50.000 a 100.000 hab.	15,5	4,8	16,6	16,5	9,2	25,1
De 20.000 a 50.000 hab.	22,6	6,6	16,9	21,2	11,2	19,8
De 10.000 a 20.000 hab.	19,9	9,2	11,7	23,9	18,0	23,2
Menys de 10.000 hab.	12,0	12,4	20,8	11,3	15,2	18,8
Llars amb 1 membre	28,9	16,7	31,2	10,3	17,1	22,7
Llars amb 2 membres	12,8	10,9	20,6	10,9	9,0	16,4
Llars amb 3 membres	18,6	8,1	20,0	15,1	14,1	22,9
Llars amb 4 membres	17,8	20,5	17,8	12,7	14,5	14,9
Llars amb 5 membres o més	24,0	9,1	13,2	18,8	7,4	22,5
Nacionalitat espanyola	17,8	11,6	18,9	12,6	12,1	18,8
Nacionalitat estrangera	25,6	35,9	24,6	26,8	17,2	20,7
CATALUNYA	18,3	13,3	19,3	13,6	12,5	18,9

	Equipament electrònic	Accions o valors, assegurances, etc.	Viatges o allotjament de vacances	Entrades a espectacles	Loteries o apostes	Altres productes
Home	12,5	10,2	62,5	35,1	5,5	10,0
Dona	9,1	2,5	68,3	42,4	1,9	4,5
De 15 a 24 anys	19,3	0,0	65,6	46,2	11,2	3,4
De 25 a 34 anys	7,2	8,6	64,8	39,3	1,4	11,8
De 35 a 44 anys	7,9	9,3	61,3	29,8	2,9	4,3
De 45 a 54 anys	11,7	7,5	67,3	36,5	2,3	5,7
De 55 a 64 anys	15,1	2,7	78,2	49,6	2,9	11,6
De 65 a 74 anys	55,1	0,0	44,9	0,0	0,0	0,0
Més de 100.000 hab. i capitals de província	10,9	7,5	66,3	39,0	7,6	9,1
De 50.000 a 100.000 hab.	6,9	3,7	68,2	39,6	1,1	9,0
De 20.000 a 50.000 hab.	5,1	4,0	72,9	30,5	0,0	5,7
De 10.000 a 20.000 hab.	25,9	8,8	50,5	51,4	0,0	8,6
Menys de 10.000 hab.	12,6	7,9	59,7	36,1	0,8	2,2
Llars amb 1 membre	18,6	11,1	64,2	43,7	8,8	15,9
Llars amb 2 membres	11,5	2,6	67,5	45,1	2,5	16,9
Llars amb 3 membres	11,3	6,0	64,8	37,6	1,7	6,5
Llars amb 4 membres	6,6	7,8	67,1	36,0	3,8	3,3
Llars amb 5 membres o més	17,2	10,0	57,2	32,3	9,1	0,0
Nacionalitat espanyola	11,6	6,3	66,1	38,5	4,1	7,3
Nacionalitat estrangera	3,0	11,5	52,4	37,1	0,0	10,3
CATALUNYA	11,0	6,6	65,2	38,4	3,8	7,5

FONT: Enquesta sobre l'equipament i l'ús de les TIC a les llars de Catalunya (primavera 2006) i Idescat a partir de l'INE.

Cal emmarcar el desenvolupament del comerç electrònic en el context del creixent ús de les TIC per part dels ciutadans. Així, a la primavera del 2006 el 41,1% dels catalans eren usuaris habituals d'Internet, percentatge que supera en 2,4 punts el de l'any anterior. Pel que fa a les aplicacions principals i als serveis que ofereix la xarxa, els tràmits o cerca d'informació de béns i serveis (82,3%) -que sovint precedeixen la realització d'una compra-, el correu electrònic (79,2%) i les visites a les webs de l'administració (49,6%) són les activitats més requerides pels usuaris habituals de la xarxa.

Barcelona

Segons l'Òmnibus Municipal de Comerç, el desembre del 2006 el 26,1% dels enquestats afirmaven haver fet alguna compra a través de la xarxa, xifra que suposa un increment de 3,1 punts respecte a l'any anterior i que reafirma el constant creixement del comerç electrònic a Barcelona.

El perfil mitjà del comprador es manté any rere any i es caracteritza per ser un home de 25 a 34 anys amb un alt nivell d'estudis. No obstant això, la majoria d'aquests compradors encara ho són de forma ocasional (69,7%). Els compradors més habituals -els de periodicitat setmanal- han passat del 2,5% al 2,7%.

Els productes més demanats són els d'oci, que han adquirit el 82% de les persones que han comprat a través de la xarxa (percentatge que representa un increment de 2,7 punts respecte a l'any anterior). Els productes que han experimentat creixements més grans de la demanda entre els mesos de desembre del 2005 i del 2006 són els viatges -del 36,5% al 41,4%- i els aliments -del 13% al 17,2%. En canvi, els productes d'informàtica i telefonia registren un descens del seu pes relatiu de 7,7 punts en un sol any.

11. BARCELONA, CIUTAT DE COMPRES INTERNACIONAL

Any rere any, Barcelona es consolida dins de l'estat espanyol com a ciutat de compres internacional, i això ho aconsegueix pel seu posicionament internacional dins dels destins urbans.

Quant a la comparativa amb la resta de ciutats d'Espanya, el lideratge de Barcelona és indiscutible, però a més el percentatge de participació guanya punts any rere any. És a dir, d'una participació del 18,52% l'any 2005, hem passat al 21,25% l'any analitzat, és a dir, un guany molt important, però sobretot es fa més evident quan ens comparem amb la capital de l'estat. Si Barcelona arriba a 100, Madrid assoleix el 57, la qual cosa significa un avantatge de 43 punts. Cal tenir en compte que l'any 2000 aquesta diferència solament era de 5 punts. L'èxit de la ciutat quant a atracció turística internacional és notable, però el que és més notori és el creixement que s'ha experimentat en els darrers anys, i molt especialment ja en el segle XXI. Aquest creixement és degut a diferents motius: d'una banda, al grau de satisfacció dels clients-turistes, el qual supera la qualificació de notable, i actua, per tant, l'efecte boca-orella quan aquests turistes tornen als seus països d'origen. I, d'altra banda, també cal tenir en compte l'efecte dels congressos internacionals i fires que s'organitzen a la ciutat, i també el creixement que es va experimentant amb l'arribada dels creuers, la qual cosa ha permès consolidar el de Barcelona com el primer port de creuers de la Mediterrània.

La despesa atribuïble als turistes internacionals mitjançant la utilització de targeta de crèdit ha crescut un 33,37%, i s'ha arribat als 1.096 milions d'euros, als quals cal afegir els 577 milions corresponents a la retirada de diners en efectiu en caixers automàtics de caixes i bancs ubicats als carrers més comercials i turístics de la ciutat. La suma total arriba als 1.673 milions d'euros, xifra que indica el creixement de la despesa en destinació que fa el turista internacional al nostre territori. El creixement del 33,37% és molt significatiu de dues circumstàncies: d'una banda, l'efecte Internet a l'hora de contractar els viatges, i de l'altra, la cada vegada més freqüent utilització de la targeta de crèdit per fer despeses als llocs de destí, en el qual l'apartat compres té un paper prioritari.

Com es produeix darrerament de manera recurrent en el rànquing provincial, Madrid continua ocupant la segona plaça, i va seguida de Màlaga. El creixement de Madrid ha estat inferior al de l'any anterior. Ha aconseguit els dos dígits, però en aquest cas amb l'1 al davant. D'altra banda, les Illes recuperen el tercer lloc que l'havien cedit a Girona, i aquest fet és degut al creixement del 20,59% que han aconseguit aquest any. Girona passa a ocupar el quart lloc, amb un creixement del 12,04%. Pel que es veu, l'índex que estem analitzant ens mostra la recuperació del territori de les Illes una vegada suportada la crisi de demanda dels anys anteriors, i també la recuperació a conseqüència de la millor situació econòmica dels països d'origen dels seus turistes internacionals.

També cal destacar un fet diferencial respecte a l'any anterior, que és el fet que Barcelona creix molt per damunt de la mitjana estatal, el 33%, i la mitjana es queda en el 16,20%. Però la resta de Catalunya, és a dir, Girona, Lleida i Tarragona, ho fan per sota de l'esmentada mitjana, és a dir, el 12,04%, el 9,09% i el 10,84%, respectivament. Malgrat aquest fet, la despesa en el conjunt català creix de forma molt considerable, i per tant no hi ha cap dubte a l'hora d'afirmar que el turisme internacional, i molt específicament la despesa turística internacional, any rere any guanya participació en el conjunt de l'estat espanyol. La participació catalana en el conjunt de la despesa realitzada a l'estat ha passat a representar el 38,27%, quan l'any anterior va ser del 33%. Per tant, quant a turisme internacional, Catalunya és una potència que va guanyant pes en el transcurs dels anys, la qual cosa contribueix d'una forma molt considerable al creixement econòmic de Catalunya, ja que es converteix en un sector clau i estratègic de l'economia catalana.

Dins de l'atractiu turístic com a destinació internacional, hi té molt a veure la imatge que es dona al llarg del temps, però òbviament hi ha factors que impulsen el turisme de manera molt considerable, és a dir, els vols de baix cost, la capacitat d'organització d'esdeveniment de gran projecció internacional, la utilització d'anys temàtics com a eix vertebrador de la promoció de la ciutat -en aquest cas, l'Any del Comerç hi ha contribuït de forma clara en el posicionament i el creixement-, la continuada transformació urbanística de la ciutat, i el paper del Futbol Club Barcelona com un exponent del potencial organitzatiu que ofereix la ciutat dins del món de l'espectacle i de l'esport amb més capacitat mediàtica. En definitiva, tots aquests components i d'altres que s'hi van afegint, com ara la nova Ordenança de civisme i convivència ciutadana, contribueixen a fer que el creixement de l'oferta d'allotjament es pugui fer sostenible amb un creixement de la despesa turística, amb un ritme de creixement que compensa el creixement abans esmentat d'oferta d'allotjament.

EL COMERÇ. BARCELONA, CIUTAT DE COMPRES INTERNACIONAL

ESPANYA - COMPRES PER PROVÍNCIES

PROVÍNCIA	IMPORT. OPS.	% sobre total	% Incre. any anterior	NUM. OPS.	% sobre total	% Incre. any anterior
08 BARCELONA	1.096.041.631,18	21,25	33,37	18.307.116,00	29,88	24,31
28 MADRID	629.597.251,24	12,21	12,67	7.072.396,00	11,54	18,11
29 MALAGA	541.560.884,64	10,50	11,84	4.147.968,00	6,77	7,16
07 ILLES BALEARS	493.153.904,32	9,56	20,59	4.238.645,00	6,92	19,92
17 GIRONA	458.606.970,88	8,89	12,04	6.042.665,00	9,86	12,62
03 ALACANT	337.123.869,37	6,54	4,47	3.017.729,00	4,92	2,59
38 TENERIFE	222.359.186,87	4,31	15,55	1.861.509,00	3,04	11,09
35 GRAN CANÀRIA	208.176.956,27	4,04	17,50	1.944.320,00	3,17	14,74
43 TARRAGONA	128.673.552,13	2,50	10,84	1.432.809,00	2,34	8,43
25 LLEIDA	127.919.775,64	2,48	9,09	1.773.450,00	2,89	10,47
46 VALÈNCIA	110.161.153,28	2,14	16,13	1.147.185,00	1,87	12,28
20 GUIPÚSCOA	84.713.663,33	1,64	-5,22	1.213.887,00	1,98	-7,10
11 CADIS	82.579.045,14	1,60	14,84	751.431,00	1,23	13,67
41 SEVILLA	74.891.553,66	1,45	10,90	821.324,00	1,34	-1,98
30 MÚRCIA	68.595.101,09	1,33	18,39	576.271,00	0,94	7,98
18 GRANADA	50.234.135,65	0,97	11,31	620.379,00	1,01	11,98
31 NAVARRA	43.082.622,82	0,84	7,72	954.983,00	1,56	16,77
48 BISCAIA	41.787.473,61	0,81	8,06	559.697,00	0,91	13,87
04 ALMERIA	39.282.850,24	0,76	-1,17	362.815,00	0,59	-6,15
06 BADAJOZ	29.801.704,51	0,58	25,47	435.296,00	0,71	31,42
TOTAL 20 PRIMERS	4.868.343.285,87	94,40	16,53	57.281.875,00	93,47	15,33
TOTAL	5.156.701.236,51	100,00	16,20	61.275.479,00	100,00	15,05

BARCELONA. COMPRES PER PAÏSOS

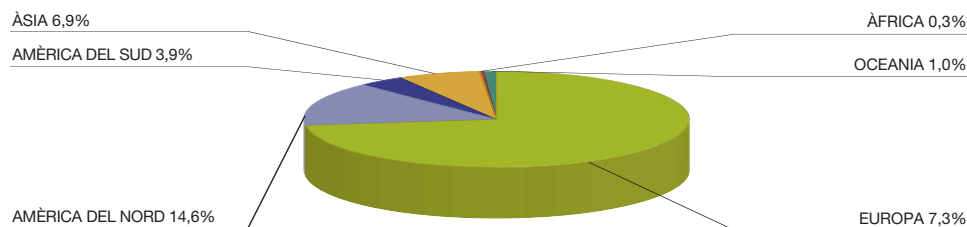
PAIS	IMPORT. OPS.	% sobre total	% Incre. any anterior	NUM. OPS.	% sobre total	% Incre. any anterior
250 FRANCE	179.783.919,32	16,4	30,7	5.869.884	32,06	17,56
826 UNITED KINGDOM	141.675.184,02	12,93	13,6	1.568.525	8,57	3,89
840 UNITED STATES	119.821.872,87	10,93	27,46	1.558.664	8,51	16,64
380 ITALY	101.489.649,15	9,26	46,33	1.022.433	5,58	27,53
280 GERMANY	73.878.177,45	6,74	16,47	1.140.074	6,23	8,75
528 NETHERLANDS	52.853.878,93	4,82	55,29	828.380	4,52	16,76
392 JAPAN	37.294.368,57	3,4	94,9	1.240.851	6,78	330,37
756 SWITZERLAND	34.429.247,56	3,14	24,15	418.794	2,29	8,49
056 BELGIUM	29.556.773,61	2,7	19,62	540.647	2,95	10,29
620 PORTUGAL	27.195.676,55	2,48	50,74	368.704	2,01	28,44
020 ANDORRA	24.881.997,45	2,27	17,94	485.637	2,65	2,07
752 SWEDEN	19.805.802,73	1,81	27,22	278.195	1,52	22,23
484 MEXICO	17.117.513,00	1,56	48,63	224.119	1,22	36,94
578 NORWAY	16.593.705,74	1,51	40,54	182.717	1	28,22
076 BRAZIL	15.539.707,59	1,42	86,9	209.600	1,14	79,67
372 IRELAND	15.183.677,12	1,39	22,34	131.755	0,72	5,95
643 RUSIA	14.682.428,20	1,34	75,79	132.731	0,73	55,22
124 CANADA	13.956.556,62	1,27	52,68	166.128	0,91	37,09
208 DENMARK	12.855.445,91	1,17	31,51	184.714	1,01	25,55
040 AUSTRIA	10.092.941,82	0,92	41,81	107.041	0,58	28,31
036 AUSTRALIA	9.442.236,78	0,86	14,28	108.794	0,59	17,13
246 FINLAND	8.149.689,60	0,74	29,23	122.020	0,67	26,26
792 TURKEY	6.915.620,50	0,63	34,60	64.524	0,35	25,24
724 ESPAÑA	6.624.352,28	0,60	37,02	200.201	1,09	50,99
862 VENEZUELA	6.539.916,98	0,60	56,13	110.956	0,61	51,94
300 GREECE	5.076.509,14	0,46	42,00	36.889	0,20	34,09
152 CHILE	4.943.918,25	0,45	58,23	56.877	0,31	53,29
410 KOREA, REPUBLIC OF	3.978.717,75	0,36	76,53	44.464	0,24	90,35
442 LUXEMBOURG	3.920.776,19	0,36	35,29	49.392	0,27	20,82
032 ARGENTINA	3.851.159,03	0,35	55,34	64.989	0,35	46,61
TOTAL 30 PRIMERS	1.018.131.420,71	92,87	32,07	17.518.699	95,66	23,74
TOTAL	1.096.041.631,18	100	33,38	18.307.116	100	24,31

Pel que fa a nacionalitats, és a dir, a la procedència dels nostres visitants turístics internacionals que compren a Barcelona, cal afirmar que l'any analitzat no s'han produït canvis significatius respecte al rànquing per procedències, ja que França ocupa el primer lloc, seguida del Regne Unit, els EUA i Itàlia. França pràcticament manté la seva participació, és a dir, un 16,4%, però pel que fa a la resta de nacionalitats abans esmentades, perden participació, ja que el Regne Unit es queda en un 12,93% i els EUA en un 10,93%, i Itàlia puja al 9,26%. La cinquena posició l'ocupa Alemanya, però cal destacar que perd participació i que es queda en un 6,74%. La capitalitat de Barcelona amb relació al sud de França s'està consolidant com una realitat, i d'altra banda, observem el constant creixement d'Itàlia, la recuperació del Japó, ja que quasi duplica la xifra de l'any passat, i també hi ha la pujada important de Portugal. Els països nòrdics, és a dir, de la zona del Bàltic, malgrat el seu nombre reduït d'habitants, ocupen un lloc destacat, i també cal esmentar el creixement de Rússia com a país que fa compres a la ciutat de Barcelona.

Les tres primeres nacionalitats concentren el 40,26% de la despesa, tres punts per sota del que van experimentar l'any anterior, la qual cosa demostra que s'ha capgirat la tendència de la concentració, i això fa que la demanda es distribueixi entre diferents nacionalitats, les quals ofereixen noves oportunitats de negoci. Si observem el quadre, veiem que moltes nacionalitats estan creixent per damunt de la mitjana, encara que la seva participació és poc significativa.

Europa és el nostre principal mercat, amb una participació del 73,3%. Òbviament, els bons enllaços aeris i el concepte de proximitat hi tenen un paper cabdal.

DESPESA DEL TURISME INTERNACIONAL. BARCELONA 2006



Cal tenir en compte que als països de la Unió Europea, és a dir, comunitaris, es van incorporant cada any noves nacionalitats, la qual cosa afavoreix la potenciació europea en el rànquing continental. Després d'Europa, l'Amèrica del Nord ocupa la segona posició, i cal dir que tant els EUA com el Canadà i Mèxic tenen una tendència alcista, és a dir, de creixement; ara bé, el factor clau rau en els vols directes transoceànics que puguin tenir destí directe a Barcelona. A continuació tenim el continent asiàtic, amb una participació que s'apropa al 7% i amb possibilitats de creixement molt importants, sobretot pel que fa referència a països que tenen companyies aèries pròpies i que

tenen com a destí final Barcelona. El gran repte continua sent l'Amèrica Llatina, ja que la seva participació es molt baixa, és a dir, un 3,9%, i el seu creixement de moment es veu molt limitat. La situació econòmica hi té un paper clau, però dins d'ells Mèxic és la gran diferència, ja que hi ha la moda i la tendència de les compres al continent europeu, i Barcelona comença a posicionar-se com a destí important de *shopping*.

És una obvietat dir que la contractació a través d'Internet afavoreix l'increment de les despeses en destinació, sobretot en sectors com ara l'hostaleria i el transport, és a dir, allotjament i desplaçament. Utilitzen l'instrument de pagament adient, és a dir, la targeta de crèdit, i en el cas que ens ocupa la internacional. Tal com va passar l'any 2005 per aquest mateix fet, la participació del comerç en la totalitat de la despesa realitzada per part dels turistes estrangers pateix un descens molt considerable, però també cal dir que, mentre aquest apartat del comerç mantingui creixements de dos dígits, la conclusió és que continuen, millor dit, Barcelona continua consolidant el seu posicionament internacional com a ciutat de shopping. La participació del comerç en el total de la despesa ha passat a ser del 33,84%, quan l'any anterior va ser del 38,30%.

COMERÇ ESPECIALITZAT, GRANS OPERADORS, TOTAL COMERÇ BARCELONA, I TOTAL BARCELONA

	COMERÇ ESPECIALITZAT			GRANS OPERADORS			TOTAL COMERÇ			Total Barcelona	Incre
	Import Ops	%	Incre	Import Ops	%	Incre	Import Ops	%	Incre		
GENER	13.091.516,1	59,2	1,71	9.027.033,89	40,8	0,60	22.118.550,02	35,3	20,30	62.653.284,22	47,1
FEBRER	11.830.328,33	56,9	-1,10	8.973.102,16	43,1	14,63	20.803.430,49	31,5	14,12	66.056.960,34	47,8
MARÇ	14.494.572,04	58,3	2,24	10.381.481,95	41,7	8,60	24.876.053,99	32,5	9,97	76.424.822,36	36,9
ABRIL	12.789.104,79	41,2	11,18	18.243.665,11	58,8	18,53	31.032.769,90	33,2	19,58	93.466.947,98	38,6
MAIG	21.126.259,73	60,8	8,91	13.615.412,92	39,2	11,37	34.741.672,65	33,0	19,79	105.394.685,79	38,2
JUNY	17.751.583,51	59,3	3,01	12.174.896,19	40,7	8,52	29.926.479,70	31,4	10,85	95.237.841,76	30,3
JULIOL	22.524.570,97	58,4	12,49	16.042.868,64	41,6	26,15	38.567.439,61	35,1	21,67	114.543.765,46	34,7
AGOST	21.218.900,61	55,1	13,50	17.281.707,39	44,9	16,66	38.500.608,00	34,1	19,00	112.784.148,52	31,1
SETEMBRE	20.237.751,86	56,6	12,54	15.493.084,37	43,4	27,08	35.730.836,23	34,6	21,89	103.324.756,93	29,9
OCTUBRE	21.683.211,34	56,6	19,07	16.596.096,02	43,4	27,24	38.279.307,36	34,7	17,07	110.354.990,27	31,2
NOVEMBRE	17.887.667,20	57,2	7,16	13.390.582,83	42,8	20,76	31.278.250,03	35,7	17,33	87.573.905,90	22,0
DESEMBRE	14.196.486,29	56,7	6,29	10.828.033,25	43,3	25,12	25.024.519,54	36,7	19,10	68.225.521,65	24,1
TOTALS	208.831.952,80	56,31	9,08	162.047.964,72	43,69	19,33	370.879.917,52	33,84	17,77	1.096.041.631,18	33,37

Però, d'altra banda, el creixement experimentat ha estat del 17,77%, quan l'any anterior va ser del 6,63%. La conclusió que en podem treure és que quan els països del nostre entorn milloren la seva situació econòmica, això repercuteix positivament a l'hora de fer *shopping*, i per tant es confirma que la despesa en comerç és una demanda elàstica, és a dir, que té molt en compte la conjuntura econòmica dels països d'origen. Això vol dir que el desplaçament i l'allotjament es faran, però el *shopping* es farà segons com vagin les coses, és a dir, la conjuntura.

El comerç especialitzat ha tingut el mateix comportament que el de l'any anterior, és a dir, un creixement del 9,08%, però els dels grans operadors s'ha vist afavorit pel comportament de la demanda turística i ha experimentat un creixement del 19,33%. En definitiva, quan creix la demanda per damunt dels dos dígits, el que es veu més beneficiat és el grup de grans operadors; podríem dir que la massificació afavoreix els grans, però també hem de dir que no perjudica els especialistes.

Pel que fa a la participació, el comerç especialitzat ha perdut posicions i passa a representar el 56,31%, i els grans operadors, el 43,69%. De totes maneres, el turisme internacional que fa *shopping* a la ciutat continua valorant el fet de passejar, veure aparadors i entrar a les botigues i gaudir al mateix temps de l'urbanisme compacte i del model de societat que ens identifica i diferencia de la resta de ciutats competidores.

El mes líder en vendes ha estat el juliol, seguit de l'agost i l'octubre; tots tres mesos han sobrepassat els 38 milions d'euros. Pel que fa al comerç especialitzat, el comportament ha estat una mica diferent; el millor mes ha estat el juliol, però han tingut un comportament molt similar l'octubre, l'agost i el maig. Amb relació als grans operadors, el millor mes ha estat l'abril, mes en el qual aquest col·lectiu aconseguix una participació del 58,8%; caldria analitzar el motiu d'aquest canvi tant profund, però es fa difícil trobar-lo. El segueixen l'agost i l'octubre. El mes que ha experimentat un increment més important ha estat el mes d'octubre, amb un creixement del 19,07% en el comerç especialitzat, i un creixement del 27,24% en els grans operadors.

D'altra banda, els mesos en els quals el comerç té una participació més alta en les despeses globals realitzades pels turistes internacionals, són el desembre i el gener, amb una participació del 36,7% i el 35,3%, respectivament. Precisament és en aquests dos mesos que el comerç agafa el protagonisme de l'activitat econòmica de la ciutat, com a conseqüència de la campanya de Nadal i de les rebaixes d'hivern, respectivament.

DESPESA PER PART DE TURISTES INTERNACIONALS AMB TARGETA VISA I MASTER CARD GLOBAL 2006

	1ER TRIM	2n TRIM	3er TRIM	4rt TRIM	TOTAL 2006	TOTAL 2005	Variació
COMERÇ	67.798.035	95.700.922	112.798.884	94.582.077	370.879.918	314.923.379	17,77
RESTAURACIÓ	20.776.583	30.186.559	32.472.958	25.706.559	109.142.659	89.417.682	22,06
HOTELS	53.572.323	84.714.105	90.186.455	71.036.083	299.508.966	217.611.571	37,63
TRANSPORT / AUTOMOCIÓ	36.828.943	49.966.919	60.260.430	43.231.319	190.287.612	117.909.643	61,38
OCI / CULTURA	6.300.312	7.052.522	8.214.236	7.694.701	29.261.772	25.737.991	13,69
SERVEIS	6.753.937	7.063.834	7.440.239	7.646.274	28.904.285	22.941.330	25,99
ALTRES	13.104.933	19.414.614	19.279.468	16.257.405	68.056.421	33.281.847	104,49
TOTAL 2006	205.135.067	294.099.476	330.652.671	266.154.418	1.096.041.631	821.823.441	33,37
TOTAL 2005	143.140.886	216.975.625	250.845.687	210.861.244	821.823.441		
Variació	43,31	35,54	31,82	26,22	23,67		

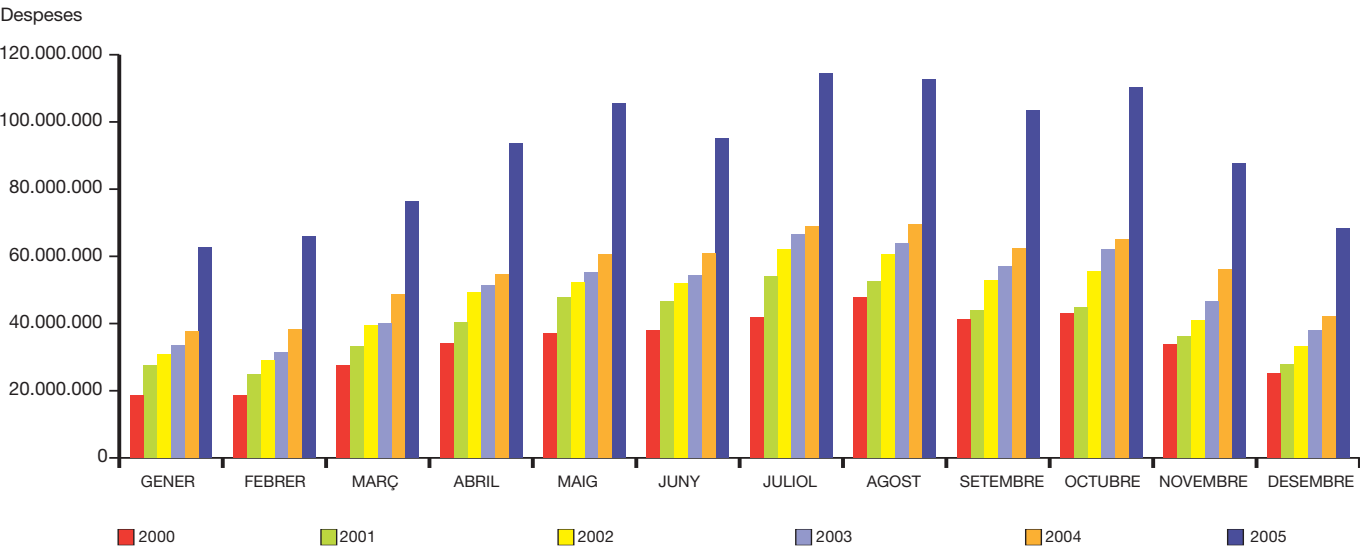
Amb relació als trimestres de despesa i als sectors, cal analitzar les variacions que es van observant. En primer lloc, cal dir que el tercer trimestre s'emporta el lideratge, com ja es recurrent, però amb relació a la lluita envers l'estacionalitat, tant el primer com el segon han obtingut el creixement més important, és a dir, del 43,31% i el 35,54%, respectivament. És una demostració d'aquesta lluita que es pot anar guanyant. Però pel que fa al quart trimestre, dins d'aquest, tant l'octubre com el novembre aconseguixen resultats molts bons, però el desembre cal fer esforços per aconseguir que tingui un creixement i una posició dins del rànquing que compensi els esforços que es fan. Cal, doncs, una actuació decidida per part dels estaments i dels sectors que posicionin el mes de desembre en un mes en el qual la despesa turística internacional es pugui assimilar els mesos que podríem denominar normals.

Dins dels sectors, s'observa que el sector de l'allotjament obté, a causa de la contractació a través d'Internet, uns creixements per damunt de la mitjana, la qual cosa li permet guanyar participació en el total de la despesa. El sector del transport, per las mateixes causes, és a dir, contractació a través d'Internet, és el que creix més, i això li permet guanyar posicions en la participació.

En definitiva, el tercer trimestre és el de més gran despesa, i els sectors beneficiaris directes del turisme, és a dir, l'allotjament i el transport, guanyen participació en l'indicador que estem utilitzant, és a dir, el de la targeta de crèdit internacional.

Histograma

BARCELONA -DESPESES DE TURISTES INTERNACIONALS AMB TARGETES DE CRÈDIT VISA I MASTERCARD
(NO INCLOU LES TARGETES CANALITZADES A TRAVÉS DEL GRUP 4B)



Ningú no pot posar en dubte la importància del shopping el mes de desembre, i des de Turisme de Barcelona es considera que el posicionament de la ciutat com a ciutat de shopping internacional es consolidarà quan s'aconsegueixi el desplaçament dels turistes internacionals per fer-hi shopping durant la campanya de Nadal.

Per aquest motiu, amb el suport de l'Any del Comerç, és a dir, de l'Ajuntament de Barcelona i del COPCA, es van programar un conjunt d'accions publicitàries als països nòrdics; en aquest cas, els escollits van ser Suècia i Dinamarca, i més concretament les seves capitals, és a dir, Estocolm i Copenhaguen.

Els mitjans escollits van ser els diaris de màxima difusió en les esmentades ciutats, amb un total de setze insercions. I, també continuant el camí iniciat l'any darrer, es van escollir les webs de les principals revistes i diaris relacionats amb el turisme, l'oci i el viatges dels països escollits.

Amb l'objectiu d'aconseguir un elevat grau de notorietat en la campanya, es van escollir i contractar personatges que havien tingut una llarga estada professional a Barcelona i que informaven que per Nadal tornarien a Barcelona per fer el *Christmas shopping*. Els personatges escollits han estat Larson a Suècia i Laudrup a Dinamarca, és a dir, exjugadors del Futbol Club Barcelona.

IMATGES DE LA CAMPANYA



Til jul vender jeg tilbage til Barcelona

Juleindkøb i Barcelona

Barcelona er en middelhavs-, hyggelig og kosmopolitisk by. Og når du går rundt i byens gader, bliver du betaget af den gotiske kunst, af det moderne ved byen og af den avantgardistiske arkitektur, der findes. Kom og besøg byen, der er fuld af liv, sol, hav, design, mode og af enestående museer, og hvor du tillige kan smage fremragende kreativ og moderne gastronomi. Hele byen er et stort udstillingsvindue, hvor du kan vælge mellem et stort udbud af butikker.

Nu har du den perfekte undskyldning. Tag et smut til Barcelona og gør dine juleindkøb.

Oplev Barcelona på vores hjemmeside og bestil din rejse: barcelonaturisme.com/bsl

Christmas Shopping in Barcelona









Till jul åker jag tillbaka till Barcelona

Julhandla i Barcelona

Barcelona är en trivsamt, kosmopolitisk medelhavsstad. Promenera på gatorna och njut av den gotiska konsten, modernismen och den mest avantgardistiska arkitekturen. Kom och besök en livsglad stad, med sol, hav, design, mode, unika museer, där du dessutom kan njuta av en utomordentlig innovativ och kreativ gastronomi. Hela staden är ett stort skyltfönster där du kan välja bland ett outsinligt utbud av affärer.

Nu har du den bästa ursäkten. Kom till Barcelona och julhandla. Upptäck Barcelona på vår hemsida och boka din resa barcelonaturisme.com/bsl

Christmas Shopping in Barcelona







Com a novetat promocional, es va aconseguir un acord econòmic amb la companyia Spanair-SAS per distribuir en els vols procedents dels països abans esmentats un sobre contenidor del fullet del *Barcelona Shopping Line*, el qual calia segellar en quatre botigues de la ciutat i participar en un sorteig per tornar a Barcelona en una altra època de l'any.

Quant als resultats obtinguts, les dades es basen en la utilització de les targetes de crèdit per part dels col·lectius objecte de comunicació.

El mes de desembre, el creixement de la despesa realitzada per part dels turistes procedents de Suècia ha estat del 22,39%, en relació amb el mateix mes de l'any anterior. Pel que fa a Dinamarca, el creixement ha estat del 33,37%. El mes de novembre, els procedents de Dinamarca van tenir un creixement del 44,43% respecte al mateix mes de l'any anterior.

Pel que fa al sector, l'any 2006 els suecs van experimentar un creixement del 27,22%, i el creixement que han tingut els danesos ha estat del 31,50%.

El mes de gener del 2007, els suecs recuperen posicions i tenen un creixement del 35%, i els procedents de Dinamarca ho fan en un 25%.

Com ja és habitual, els resultats definitius tenen lloc en el transcurs de l'any, tal com de manera recurrent va passant d'any en any.

Com a informació rellevant, cal dir que els *shopping centers* de Suècia i Dinamarca van fer una campanya per Nadal per evitar que els seus clients sortissin del país per fer les compres de Nadal, la qual cosa indica que les campanyes realitzades per part de Turisme de Barcelona estan fent impacte en els ciutadans dels esmentats països.

TENDÈNCIES I PERSPECTIVES

L'economia mundial passa per un cicle expansiu. En general, hi ha un bon ritme de creixement, amb una millora del nivell de vida a causa de la integració del comerç, les finances, la tecnologia, les idees i les persones. I les previsions assenyalen que aquest procés d'integració pot continuar augmentant el creixement econòmic fins a l'any 2030.

Més concretament, la zona euro va acabar l'any 2006 amb un bon ritme de creixement, i va arribar al 2,7% fonamentalment gràcies al consum privat; un factor que contribuirà a seguir aquest augment de l'economia l'any 2007.

Quant al PIB de l'economia espanyola, cal dir que ha marcat un creixement del 3,9% interanual. Això indica que l'economia espanyola continua amb una gran fortalesa i un bon ritme expansiu. I alhora cal tenir en compte aspectes tan positius com ara la desacceleració dels preus, una millora en la productivitat i el fet que creixement del dèficit exterior es va moderar.

El comerç, els transports i, en especial, el serveis a empreses mantenen aquest bon ritme, que contrasta amb l'evolució per part de les tecnologies de la informació, que han sofert una desacceleració a finals del 2006. Tot i que cal dir que el balanç global es considera positiu.

Les perspectives per al 2007 continuen sent positives, a causa principalment de diferents factors: els baixos tipus d'interès reals malgrat l'increment que han experimentat a finals del 2006, els efectes positius sobre l'oferta i la demanda agregades dels fluxos d'immigrants, i el revifament dels nostres mercats d'exportació.

A Catalunya, segons l'Informe semestral 2007 de Caixa Catalunya, la inversió productiva, les exportacions i, des de l'oferta, la indústria estan prenent el relleu al consum privat i a la demanda immobiliària. El creixement català, ja començat a l'any 2002, ha continuat aquest 2006, fins a arribar a un 3,9% de creixement interanual. I les previsions per a l'any 2007 són d'una continuïtat d'aquest creixement.

Quant a la conjuntura econòmica de Barcelona durant l'any 2006, els indicadors referits a producció, vendes i indústria són més positius que un any abans. Cal recordar que Barcelona concentra un 82,9% dels seus treballadors assalariats al sector terciari: els serveis a les empreses, el transport, les administracions públiques, l'educació i els serveis sanitaris i socials han estat els subsectors que més ocupació directa han creat, indicadors del creixement en la terciarització de l'economia de Barcelona

Finalment, l'any 2007 s'indica amb un clima positiu per l'activitat industrial i els serveis a les empreses, fet que repercutirà en l'ocupació sectorial.



Ajuntament de Barcelona

Promoció Econòmica